الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة

الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ قَالُواْ سُبۡحَٰنَكَ لَا عِلۡمَ لَنَآ إِلَّا مَا عَلَّمۡتَنَآۖ إِنَّكَ أَنتَ ٱلۡعَلِيمُ ٱلۡحَكِيمُ ٣٢ ﴾

صدق الله العظيم

(سورة البقرة: 32)

الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة

الجوانب الإعلامية والصحفية
والتعليمية والقانونية والأخلاقية

د. السيد بخيت

أستاذ الصحافة والإعلام المرئي المشارك
بجامعتي القاهرة والشارقة

الناشر

دار الكتاب الجامعي
العين – دولة الإمارات العربية المتحدة

2010

الطبعة الثانية

1430 هـ - 2010 م

دار الكتاب الجامعي
عضو اتحاد الناشرين العرب
عضو المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين
العين - الإمارات العربية المتحدة
ص.ب. 16983
هاتف 00971-3-7554845
فاكس 00971-3-7542102
E-mail:bookhous@emirates.net.ae

جمع وتنفيذ وإخراج: كمبيورايتر Compu_Writer لخدمات دور النشر «عادل ندا» القاهرة
E-mail: compu_writer@yahoo.com ☏ - (002-0100390516)

الإهــداء

إلى زوجتــي

كل التقدير والعرفان

المحتويات

المقدمة

هذا الكتاب يتناول موضوعًا مهمًا وجديدًا، وهو الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة وحديثة، وهو يلبي حاجة ماسة في المكتبة الإعلامية العربية، التي تفتقد لمثل هذه النوعية من الكتب، التي تتطرق لقضايا غير مألوفة في التراث الإعلامي الأكاديمي العربي، وتحتاج لمن يتصدى لها إلى خبرات في مجال متعددة، وخاصة فيما يتعلق بالاتصال والإعلام والصحافة والإنترنت ، كما تتطلب منهم المقدرة على متابعة الجديد في الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة، وكذا إتقان التعامل الفني مع هذه الوسائل الجديدة، وممارستها وتطبيقها بأنفسهم بما يساعدهم على استكشاف أبعادها، فضلا عن المتابعة الدقيقة للإصدارات الغربية التي تتناول هذا المجال.

وقد أتيح ليَ بفضل الله سبحانه، إن اختبر مثل هذه الموضوع، وتطوره؛ تاريخيًا وتقنيًا وتعليميًا، وخبرت مجالاته؛ بحثًا وممارسة، مما يساعدني - بفضل الله سبحانه- على إضافة بعض الجديد في هذا المجال.

ويؤسس الكتاب لفرع جديد في التخصصات الإعلامية، حيث أري أن ثمة حاجة لأن يضاف هذا التخصص "الإنترنت والملتيمديا" إلى حقول التخصص في كليات ومعاهد الإعلام والاتصال في العالم العربي، باعتبار أن الصلة وثيقة بينهم، كما أن ثمة حاجة ماسة لاستفادة الدارسين والباحثين من هذه المجالات معًا، فضلا عن أن حاجة المجتمع والسوق الإعلامي العربي، أصبحت تتطلب ضرورة إتقان مهارات تكنولوجية وتقنية جديدة، وفي مقدمتها التعامل مع الإنترنت، من قبل دراسي الإعلام والصحافة.

ويتناول هذا الكتاب من خلال ثلاثة أبواب: الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، من جوانبها الاتصالية والإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية. وهو يتعرض لموضوعات جديدة في هذا الصدد.

ويتناول الباب الأول، الذي يحمل عنوان (الاتصال والإنترنت) ثلاثة فصول عن

الاتصال والإنترنت، وعن الإنترنت والأبعاد الجديدة لمفهوم الحق في الاتصال، ومفهوم حراسة البوابة في البيئة الإلكترونية.

ويناقش الباب الثاني قضية العلاقة بين الصحافة والإنترنت، من خلال عدة فصول تتناول، الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري، والصحفيون والإنترنت، والاتجاهات الحديثة في دراسات الإنترنت.

ويتعرض الباب الثالث (الإنترنت والقانون) للبيئة القانونية للإنترنت، وحقوق الملكية الفكرية على الإنترنت، وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية.

وبعد، فأنني اعتقد أن هذا الكتاب يعد بداية جادة لطريق طويل وعالم جديد، من العمل الإعلامي والصحفي، ومازال الأمر يحتاج إلى كتب أخري، وخاصة تلك التي تركز على الجوانب التعليمية، فتحًا لباب جديد للأجيال العربية القادمة، والمهتمة بالإعلام والصحافة والإنترنت.

وأرجو أن أكون قد وفقت في جمع بعض الموضوعات الجديدة، ضمن إطار واحد، هو الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، على آمل أن استمر في هذا الطريق، حتى يقتنع الكثيرون بأهميته وجدته وفائدته.

وفي هذه الطبعة الجديدة من الكتاب، قمت بإضافة بعض التيارات الحديثة في دراسات الإنترنت مثل الصحافة الإليكترونية والصحافة البديلة وحراسة البوابة.

د. السيد بخيت

الشارقة 2010

الباب الأول

1

الإنترنت
وسيلة اتصال جديدة ومتميزة

يحتوي الباب على:

الفصل الأول : الاتصال والإنترنت.

الفصل الثاني: الإنترنت وأبعاد الحق في الاتصال.

الفصل الثالث: حراسة البوابة على الإنترنت.

الفصل الأول

الاتصال والإنترنت

في ظل الثورة الاتصالية الجديدة التي يعيشها العالم الآن، أصبحت شبكة الإنترنت ظاهرة واسعة الانتشار، ووسيلة اتصال وإعلام جديدة ومؤثرة، تربط سكان العالم بعضهم البعض، وتتميز بالسرعة الفائقة، والضخامة المتناهية، وتعم كل جوانب حياتنا، وتوسع قدراتنا على التفكير، وتضغط مقاييس الزمن، وتغير الطريقة التي نفكر بها، والطريقة التي نتحادث بها مع الآخرين، بل وما نقوله لهم، وهو ما جعل صانعي هذه الشبكة ومطوريها يقودون النظام العالمي الجديد، ويصوغون ثقافته، ويوجهون سياساته، ويتحكمون في اقتصادياته، مما يثير العديد من التساؤلات حول طبيعة تأثيرات شبكة الإنترنت أو الطريق السريع للمعلومات، على الأفراد والمجتمعات، بل وعلى وسائل الإعلام التقليدية ذاتها ومناهج دراساتها وطرق تحليلها، فالتأثيرات الإنسانية والاجتماعية أكثر أهمية من الوسيلة في حد ذاتها.

وحتى وقت قريب تم تجاهل دراسة الإنترنت كوسيلة اتصال وإعلام، والتركيز على وسائل الإعلام التقليدية، في الوقت الذي يفتح فيه الاهتمام بدراسة هذه الوسيلة الجديدة آفاقًا رحبة أمام الدراسات الإعلامية، حيث تطرح عدة رؤى جديدة تقع في لب المحاور الأساسية لدراسات الاتصال والإعلام، وتتحدى بها النظريات الاتصالية التقليدية، والمفاهيم التقليدية لعملية الاتصال وأطرافها "المصدر – الرسالة – المستقبل"، كما تبرز أشكال متميزة من التفاعل والاتصال الشخصي ووسائل الإعلام الجماهيرية، يبدو معها التصنيف التقليدي للاتصال – المباشر والجماهيري – غامضًا وغير محدد المعالم وغير مناسب للاحتياجات الاتصالية الجديدة إذ تمثل الإنترنت، أعلى مراحل الدمج بين وسائل الاتصال التقليدية والجديدة معًا.

كما تطرح شبكة الإنترنت أو الطريق السريع للمعلومات /Superhighway Cyberspace/ Communication On line مداخل جديدة في مجالات فاعلية الجمهور، والتكنولوجيا، وطبيعة المضمون ورجع الصدى، فهي بصفة عامة، سوف تجبر باحثو الاتصال والإعلام على إعادة التنظير والتأصيل لكثير من المفاهيم والنظريات الاتصالية والإعلامية السائدة.

ومن المؤكد أن التردد في التأطير للإنترنت كحقل اتصالي جديد يعد أمرًا غير مبررًا للعديد من الأسباب من بينها: أن دراسة تأثير وسائل الاتصال كان وما يزال يعد من بين المجالات الدراسية المفضلة لدي العديد من أساتذة الاتصال، ومع ذلك فإن الدراسات التي تعني بتأثيرات الإنترنت تعد دراسات قليلة جدًا حتى الآن. كما أن التطور السريع في تقنيات الإنترنت وآلياتها سيعمق الفجوة بين الاستخدامات العملية للإنترنت وبين الواقع الأكاديمي المواكب لها: بحثًا ودراسة، في حين بدأت حقول دراسية أخرى مثل علوم التربية والمعلوماتية وإدارة الأعمال، في دراسة الإنترنت كوسيلة اتصالية ضمن تخصصاتهم، محققة إنجازات أكاديمية ملموسة في هذا الصدد. كما إن تجاهل دراسة الإنترنت يجعل من استخدام المفاهيم والنظريات والمقتربات التقليدية في دراسة وتدريس علوم الاتصال أمرًا غير مقبولا في ظل تغير هذه المفاهيم والنظريات والمقتربات. وأيضا فإن الأجيال الجديدة من دراسي الاتصال والإعلام أصبحوا يمثلون جيلاً جديدًا في تعاطي الوسائل الحديثة، مما يتطلب أن يكون معلميهم على مستوي الحدث والموقف، وكذلك فإن متطلبات سوق العمل وربط التعليم باحتياجات المجتمع، تتطلب رؤى أخرى في التعامل مع وسائل الاتصال، وأخيرا فإن المقومات الاتصالية التي تتمتع بها الإنترنت أكبر من أن يتم تجاهلها أو التردد في الاقتراب منها.

وقد شهدت السنوات القليلة الماضية اهتماما بدراسة الإنترنت من قبل بعض الباحثين، ومن مظاهره اهتمام المجلة الأكاديمية الشهيرة الـ Communication Abstracts بوضع تصنيف خاص بها، وكانت قد بدأت في استخدامه لأول مرة عام 1995، كما

نشرت مجلة Journal of Communication 1996 عددا خاصا عن لماذا ندرس الإنترنت، وكذلك فعلت بعض الدوريات الأخرى مثل ,Convergence 1998, Gazette 1999 Journal of Computer Mediated Communication 1998. كما قدم عدة باحثين أوراق بحثية عن الإنترنت في المؤتمرات الدولية مثل الـ AEJMC، وغيرها، كما تزايدت عدد المواقع الجامعية على الإنترنت والتي تعرض لمقررات دراسية عن الاتصال والإنترنت، فضلاً عن تزايد عدد الدوريات والمجلات العلمية والعامة والمعاهد والمؤسسات والجمعيات المعنية بهذا التخصص.كما بدأ بعض الباحثين العرب يدركون أهمية هذا المجال الجديد ويطرحون رؤاهم حوله.

ومن بين مجالات دراسة الإنترنت والاتصال، دراسة الإنترنت كوسيلة إعلامية واتصالية، ودراسة الإنترنت من زاوية البحوث التي تعنى بالاتصال عبر الكمبيوتر Computer- Mediated Communication، والفارق بين المجالين هو إن الأول يعنى بالتأصيل والتنظير للإنترنت من خلال توصيف أشكالها الاتصالية، بينما يركز المجال الثاني على الكمبيوتر كوسيلة تكنولوجية قائمة بذاتها . وترى (Rafaeli,1996) إنه يمكن دراسة كل المجالات على الإنترنت، وأن من بين الأشكال التي تستحق عناية خاصة الـ Multimedia, hypertextuality, Packet switching, Synchronicity and Interactivity كدراسة وصفية. ودراسة كيف ولماذا يتم التوزيع؟ وكيف يختلف الاتصال عبر الإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى... الخ. وللكمبيوتر في مجال الاتصال عبر الإنترنت عدة مهام، يمكن رصدها في عدة فئات عامة وهي: الاتصال Communication، والتفاعل Interaction وخاصة في مجالات التعليم والترفيه، ومن وسائلها على شبكة الإنترنت ما يعرف بـ MU*s and IRC، كما يستخدم الكمبيوتر في معالجة ونشر وتخزين واسترجاع المعلومات Information، ومن وسائلها على شبكة الإنترنت ما يعرف بـ WWW, Gopher and FTP.

كما أضافت الإنترنت وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، وتحقيق الربح لبعض الشركات والمعلنين، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة أو رقابة البيئة التي تقوم بها وسائل الإعلام، فعندما تقع أحداث

إخبارية ما، فإن المهتمين بها يبثون رسائل عبر الإنترنت مباشرة للآخرين لكي يقرءوها. وتمثل هذا الوظيفة تحولاً مهمًا عن وسائل الإعلام التقليدية، حيث تتدفق الأخبار وتبدأ في القاع وتتولد من قبل أناس قريبين منها أو لهم اهتمام أو مصلحة في نشر الحدث الإخباري، وليس فقط من قبل صحفيين "حراس بوابة" يقررون ما يستحق إن ينشر أو يذاع وما لا يستحق، فبفضل الكمبيوتر يمكن لأي فرد أن يصبح صحفيًا أو ناشرًا أو قائمًا بالاتصال. كما قللت الإنترنت من أهمية وظيفة التفسير في وسائل الإعلام، حيث تكتظ الشبكة بالآراء والتحليلات في قطاعات متعددة.

وقد أفرزت هذه الثورة الاتصالية بعض الظواهر منها: ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية، أي بين المستقبل والمرسل، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المستقبل متلقيًا سلبيًا بل يلعب دورًا إيجابيًا ومؤثرًا في الفعل الاتصالي، كما أصبح بمقدوره، التحكم في العملية الاتصالية، من خلال عمليات الانتقاء والاختيار، مما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الاتصال، وهو ما يمكن إن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه، كمًا وكيفًا. ما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرك، والتوصيل، والشيوع، والانتشار، والقابلية للتحويل. وبالإضافة إلى ما سبق، فقد أفرزت هذه الثورة الاتصالية، ظاهرة العولمة أو الكونية Globalization وتخطي الحدود الوطنية أو السيادة القومية، وهددت هويات العديد من المجتمعات الصغيرة لصالح اكتساح ثقافة وتقاليد المجتمعات الغربية، كما أدت إلى اختزال المسافات- موتها في التعبير الأصلي-، وساعدت في تحرير الإنسان من قيود حجمه وإيقاع زمنه، بشكل يجعله قادرًا على التفاعل مع إيقاعات زمنية تختلف نوعيًا عن إيقاعه البيولوجي.

ومن المفاهيم الاتصالية التي يجب دراستها في إطار الاهتمام بالإنترنت كحقل دراسي جديد، مفاهيم التفاعلية Interactivity، والاندماج Convergance، والبث الإعلامي المتدفق Straming media، والوسائط المتعددة Multimedia، والجمهور النشط Active Audience والتبادلية Interchangebility بين المرسل والمستقبل، لمعرفة الأدوار التي يقوم

بها الجمهور في العملية الاتصالية من حيث زيادة مساحة المشاركة والتبادل والتحكم في العمل الاتصالي، ومعرفة اتجاهات الجمهور إزاء هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة، إذ ليس يكفىٰ معرفة معالم الوسائل التكنولوجية الحديثة، بل ومن المهم أيضًا معرفة إدراك وتصور الجمهور لهذه المعالم. فالإنترنت بصفة عامة تطرح مفاهيم جديدة في مجالات فاعلية الجمهور، والتكنولوجيا، وطبيعة المضمون ورجع الصدىٰ، سوف تجبر باحثو الاتصال والإعلام علىٰ إعادة التنظير والتأصيل لكثير من المفاهيم الاتصالية والإعلامية السائدة.

وفىٰ الوقت نفسه، فقد أثارت هذه الثورة الاتصالية عدة تساؤلات حول طبيعة توظيف هذه الوسائل التكنولوجية، وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع، أم في غير صالحه؟ وهل اختراقها للحدود، جاء علىٰ حساب انتهاك خصوصية الأفراد وحرماتهم Privacy؟ كما أثارت تساؤلات حول طبيعة استخدامها، وهل ينظر إليها الجمهور باعتبارها وسيلة موازية للوسائل الاتصالية الأخرىٰ؟ وفىٰ أي المجالات تستخدم؟، وهل يتم التركيز علىٰ المعلومات أم الترفيه؟ وهل هناك تأثيرات سلبية لاستخدامها؟ كما أثيرت تساؤلات حول من يضع أجندة الاهتمامات علىٰ الإنترنت؟ وخاصة مع تزايد دخول عدد كبير من الشركات الخاصة العاملة في هذا المجال.

كما طرحت للنقاش قضية مصداقية هذه الوسيلة الجديدة، ونوعية المشاركين في حلقاتها ومنتدياتها، وهل هم أشخاص حقيقيين فعلاً؟، والدور المتوقع من الجمهور للتحقق من نوعية مصادر المعلومات المتواجدة علىٰ الشبكة؟ وكذا أخلاقيات التعامل مع هذه الوسيلة الجديدة، وخصوصية الجمهور، وحقه في حماية معلوماته وأسراره، وكذا الحق في الملكية الفكرية، وهل ستكون الإنترنت متاحة للجميع؟ وكيف سيتم استبعاد بعض الجماعات؟ ومن سيدفع تكلفة التوسع في إنشاء الطريق السريع للمعلومات، ومن الذي سيقوم بالأشراف عليها؟ وما هو حجم الدور الذي ستقوم الحكومة؟ وما هو حجم التأثير الذي يمتلكه أصحاب المصالح التجارية؟ وهل ستسع الفجوة بين الذين يعرفون ويمتلكون، والذين لا يعرفون ولا يمتلكون؟ وهل يمكن قياس التأثيرات

الثقافية والاجتماعية لرسائلها؟ وما هي طبيعة التأثيرات النفسية للطريق السريع للمعلومات؟ وهل يشجع على انتشار ظاهرة الهروبية Escapism، والمزيد من العزلة، ، وبقاء الناس في منازلهم بدلاً من تبادل العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، وهل يؤدى غياب وجود حراس بوابة على الشبكة إلى معاناة مستخدميها من خطر التزاحم، ومن وجود معلومات غير ذات قيمة أو معلومات مضللة أو غير مصنفة بدقة، أو ذات تأثيرات سلبية (مثل الإرهاب أو ما عرف مؤخرًا بعبدة الشيطان) والخوف، وخلق حالة من العبثية لدى مستخدميها واستغلال بعض الجماعات والفئات للشبكة لترويج لمبادئها وأفكارها، وآتى قد تكون هدامة؟

ومن بين الأشكال الاتصالية التي تتم عبر شبكة الإنترنت، الاتصال من طرف واحد إلى طرف آخر، ومن طرف إلى عدة أطراف، ومن عدة أطراف إلى عدة أطراف many to many, one -to-one, one-to many. فالإنترنت هي وسيلة إعلام متعدد الوجوه multifaceted وتتضمن مجموعة مختلفة من الأشكال الاتصالية.

وإذا نظرنا للإنترنت من وجهة أطراف العملية الاتصالية، فإننا نرى إن المصدر أو القائم بالاتصال في وضعية مغايرة، حيث يتنوع أطراف المشاركين كمصادر ويتبادل القائم بالاتصال والجمهور، أدوار المرسل والمستقبل معًا، كما تختفي مفاهيم حراسة البوابة Gate keeping.

يمكن تصنيف منتجو وجمهور الإنترنت في أربع مجموعات:

الأولى: تتم في عمليات الاتصال من طرف واحد إلى طرف آخر كما في البريد الإليكتروني، **والثانية**: من مجموعة أطراف إلى مجموعة أخرى مثل Usenetوالنشرات الإلكترونية و List servers **والثالثة**: تتم من خلال عملية الاتصال من طرف واحد لطرف واحد آخر أو من طرف واحد لفئة قليلة من الأطراف أو من طرف واحد لمجموعة أطراف أو من خلال الاتصال الذي يتركز حول موضوع أو بناء هدف أو لعب دور مثل MUDs, Internet Relay chat، **والمجموعة الرابعة**: هي التي تبدو في

الاتصال القائم وفقًا لاحتياجات المستخدم للبحث عن موقع للوصول لمعلومات والذي قد يتضمن علاقات تتم من عدة أطراف إلى طرف واحد أو من طرف واحد، لطرف آخر أو من طرف واحد، لعدة أطراف مثلما يحدث في WWW, FTP, Gopher.

والرسالة في الإنترنت يمكن أن تكود وتخزن وتنقل ويعاد عرضها عبر مجموعة قواعد من التطبيقات applications، حيث تتخذ الرسالة عدة صفات تتنوع سواء من حيث الوقت والتوزيع ونوع الوسيلة المستخدمة، إذ يمكن بث واستقبال الرسالة في نفس اللحظة، ومن بين الأشكال المستخدمة في الإنترنت، وتحقق هذا الاتصال اللحظي ما يعرف بـ Internet Relay chat (IRC), Multiple User Dialogue Dimension Dungeon (MUDs) or variants (MU*)، كما يمكن إن يكون الاتصال متواصلاً، وذلك يتم في المزود server الذي يقدم خدمة الاسترجاع عند الطلبretrieval on demand مثل WWW, FTP, Gopher. والرسائل نفسها يمكن أن تكون قصة إخبارية صحفية تقليدية من مندوب أو محرر إلى قصص صحفية تم صناعتها عبر فترة طويلة من الوقت من قبل أناس عديدين، أو حوار بسيط مثل Internet Relay Chat group.

وتوفر الإنترنت، المعلومات من خلال مجموعة من الوسائل، تتضمن النص أو المتن والصوت والجرافيكس والصور والفيديو والملفات الثنائية، حيث يستخدم المتن النظام المعروف بالنصوص الفائقة أو الزائدة hypertext وعندما يوظف هذا النظام الملتميديا يعرف باسم hyper media.أما عن المحتوى الموجود عبر الإنترنت فمن الصعب توصيفه لتعدده، وإن كان يمكن تصنيفه باستخدام من خلال أشكال وسائل الإعلام المتعددة مثل: المتن، الجرافيكس، الصوت، الصور والملفات المنفذة).ومن بين المواد التي يمكن تحليها عبر الإنترنت مواد جماعات النقاش مثلاً، ونصوص الحوار بين عدة جماعات، ونوعية البريد الإلكتروني المستخدمة، ونوعية المواقع Sites التي يتم التجول فيها... الخ. أما عن جمهور الإنترنت، فيمكن أن يكون واحد من ملايين محتملين، كما يمكن أن يتحول دوره من مجرد جمهور إلى منتج للرسالة، ويؤدى وجود

العديد من الصفحات الثابتة Home Pages لأفراد وجهات، إلى صعوبة التنبؤ بنوعية جمهور الإنترنت في المستقبل، وكيف سيتصل الجمهور بمصادر المعلومات. وأخيرًا فإن الطريق السريع للمعلومات يزيد من رد الفعل في العمل الاتصال، فالبريد الإلكتروني والنشرات تنقل الردود على الرسائل إلى المصدر في اقل وقت عن الوسائل الأخرى.

أساتذة الإعلام والاهتمام بالإنترنت

يقع على عاتق أساتذة الاتصال الجماهيري عبئًا كبيرًا لمواكبة ثورة المعلومات المتسارعة؛ فهم مطالبون بفهمها واستيعابها، وتدريسها، وتطوير استخداماتهم المتخصصة لها، والعمل على دمجها ضمن مصفوفة الوسائل الإعلامية الأخرى، وغيرها من المهام التي تجعل من دراسة معارف واستخدامات واتجاهات وتصورات أساتذة الاتصال الجماهيري إزاء الإنترنت مهمًا للغاية باعتبارهم أحد العوامل الرئيسية في تشكيل عقلية الأجيال الإعلامية القادمة التي ستتعامل مع الوسائل التكنولوجية الجديدة، فالإنترنت تعد بمثابة بنية تحتية رقمية متطورة Digital Infrastructure تؤسس لفهم جديد لعلم الاتصال: سواء من حيث المفاهيم، و المداخل، والنظريات، وطرق البحث، ومجالاته، وتقنياته، وطرق تدريسه، وإن كانت الاستخدامات المتخصصة للإنترنت من قبل أساتذة الاتصال الجماهيري لا تزال تقف عند الحدود الدنيا لإمكانيات هذه الوسيلة.

أولاً: الإنترنت كوسيلة تعليمية: مؤشرات وأدوار جديدة

(1) بدأت الجامعات والمؤسسات التعليمية في العديد من دول العالم وخاصة الدول المتقدمة تدرك الإمكانيات الكبيرة وغير المحدودة للإنترنت في خدمة التعليم، لخصائصها المتميزة والمتعددة، كما تزايد استخدامهم لها بصورة غير مسبوقة في السنين القليلة الماضية، حتى أصبح التعليم واحدًا من أكثر القطاعات انتشارا على الإنترنت. وساعد نمو الاتصالات وثورة المعلومات على تغيير المفهوم التقليدي للعملية التعليمية سواء فيما يتعلق بتعريف الفصل الدراسي، أو طرق التدريس أو طبيعة العلاقة بين الأستاذ

والطالب أو محتويات المقررات الدراسية... الخ. في وقت تواجه فيه هذه المؤسسات التعليمية ضغطًا متزايدًا لتغيير الوسائل التعليمية التقليدية، بعدما أصبح الأمر ميسرًا لاستخدام الفصول الافتراضية كبديل عن الفصول التقليدية .

وقد ظهر في السنوات الأخيرة العديد من المصطلحات التي تعبر عن هذا التحول منها Virtual Classroom, Virtual Universities, Education on Distance, Electronic Universities, etc، كما بدأ العديد من الأساتذة - سواء بجهود فردية أو جماعية - في تصميم مواقع خاصة بهم على الإنترنت لاستعراض واسترجاع محتويات المقررات الدراسية وتكليفاتها ومراجعها وروابطها وبات الجميع يترقب الآثار التعليمية للإنترنت.

(2) تتعدد سمات الإنترنت من منظور تعليمي، حيث أكد العديد من الباحثين ميزات استخدامها داخل الفصول الدراسية، ومن بينها تسهيل عملية النقاش والحوار وتدعيم سبل التعاون بين الطلبة خارج حدود الفصل وتوفير العديد من الفرص للتعلم التجريبي والذاتي وتطوير رؤية الطلبة لعملية التعليم وزيادة فرص تعلمهم داخل المجتمعات الأخرى، وتنويع مصادر ووسائل المعلومات والتعليم وتعزيز قدرة الجامعات على تنشيط التجارب التعليمية والإبداعية فيها ونقل العالم إلى الفصول الدراسية والعكس، وإيصال الطالب بكل الأحداث والموضوعات، وتكثيف فوائد التعلم مع آخرين وزيادة إمكانية تبادل وتشارك المعرفة، وتحفيز التعلم النشط، وتحويل المعرفة إلى فعل، وتفعيل التعلم الذاتي النقدي، وتحفيز التعلم من خلال الحوار أكثر من المناقشة، وتشجيع الطلاب على تحمل المسئولية لتعلم الجماعي، التغلب على التحديات التعليمية، ورفع كفاءة الأداء، وزيادة فرص تحقيق التفاعلية، والاهتمام بالتعلم المتمركز حول الطالب، وتحفز التعاون الجماعي بين الطلاب، والتركيز على الإرشاد والتوجيه التعليمي، فالإنترنت تجعل للتعلم هدف، كما تجعل من عملية التعليم عملية مستمرة على مدار اليوم، وعلي امتداد فترات الحياة.

والإنترنت كما يراها كثيرون تعد بمثابة ثورة تعليمية إليكترونية، ومن أقوي

الوسائل التعليمية تأثيرًا لتفردها في سمات البحث والتخزين والاسترجاع والعرض والتوضيح، فهي بمثابة بنية تحتية تجمع الوسائل والأدوات والتقنيات والبشر والأماكن والمعلومات في سلة واحدة، مما يضعف القدرات البشرية ويحفزها على التعلم. ولكن بالرغم من المزايا السابقة، لا يوجد ما يضمن التعلم في حد ذاته باستخدام الإنترنت، فالأمر يتوقف على السياق الذي تتم فيه عملية التعليم.

(3) قد أشارت عدة دراسات إلى وجود علاقة قوية بين استخدام التقنيات الحديثة في التعليم وبين تصاعد الإنجاز الأكاديمي بين أعضاء هيئة التدريس (Moersch, 1999). مؤكدة أنها تعطي لعملهم قوة دفع متجددة، وأن الأساتذة هم الأساس في التعاطي مع هذه الأدوات الجديدة، كما أشارت إلى تغير طبيعة الأدوار المتوقعة من الأساتذة في ظل استخدام هذه التقنيات، ومنها القيام بأدوار الاستشارة المعلوماتية Information Consultants حيث يساعدون طلابهم على الوصول إلى مصادر المعلومات وتنظيمها وتقييمها، أدوار المشاركة الجماعية Team collaborators في الأعمال التي تستهدف تحسين الاستفادة من خدمات الإنترنت وتحسين أدائها، وتيسير الوصول للمعلومات Information facilitators، وإرشاد طلابهم لمصادرها، واختيار أفضل المصادر المعلوماتية المحققة لأهداف العملية التعليمية، وتحفيز ممارسة أعمال التفكير النقدي والإبداعي، وتطوير المقررات الدراسية as course developers حيث ينبغي أن يقوموا بتوصيف مقرراتهم الدراسية ومحتوياتها وأبنيتها ومراحلها وموضوعاتها ووسائلها التعليمية وطرائق تناولها ووسائل توصيلها. وكمستشارين أكاديميين academic advisors، حيث يحددون احتياجات طلابهم ويساعدونهم على اختيارهم للبرامج والمقررات الدراسية (Kook,1997).

(4) توجد عدة أدوات يمكن من خلالها أن تسهم بها الإنترنت في تطوير العملية التعليمية من بينه (البريد الإليكتروني Email) وهو أداة مهمة لتبادل المعلومات والأفكار بين أستاذ المادة وطلابه سواء بشكل فردي أو جماعي، وكذلك لطرح الأسئلة والحصول

على الأجوبة، وتلقي وإرسال التكليفات، والحصول على تقارير المتابعة والتقييم، ودعم سبل التعاون بينهم (Cohen, 1994)، (والقوائم البريدية Mailing lists) والتي يمكن ضمها معاً للحصول على العديد من الرسائل الإليكترونية في موضوعات محددة من مشتركين عديدين.. و (المشروع الجماعي Collaborative Project) وميزته إنه يجسد أمام الطالب عالم حقيقي من أنشطة الفصل (Rayer, 1997) ويمكن إعداده من قبل طلاب أكثر من مقرر تدريسي في أكثر من مكان بالعمل معًا في مشروع جماعي مشترك، وتبادل الأفكار فيما بينهم، باستخدام البريد الإليكتروني. و (حجرات الدردشة Chatting rooms) و (الجماعات الإخبارية Newsgroups) وقواعد المعلومات الإليكترونية المتوافرة على الإنترنت Databases، والمراجع والموسوعات والقواميس والأدلة والبرامج التعليمية... الخ.

ثانيًا: الإنترنت وتدريس علوم الاتصال الجماهيري

(1) يواجه أساتذة الصحافة والاتصال الجماهيري تحديًا جديدًا يتمثل في كيفية دمج الإنترنت والورلد وايد ويب WWW ضمن مقررات الاتصال الجماهيري (Althaus, 1997, Laurillard, 1987, McComb, 1994) وتأهيل طلابهم لمواكبة ثورة المعلومات المتجددة ولمساعدتهم على المنافسة في سوق العمل (Palmer, Collins & Roy 1995/1996) في ظل تصور يرى إنه لا بديل عن التحول إلى هذا الشكل الجديد في تعليم علوم الاتصال، حتى أن البعض تنبأ بأنه لن ينقضي العقد الأخير من القرن العشرين دون أن تتم عملية الدمج هذه بين الإنترنت وعلوم الاتصال الجماهيري (Gunartne and Lee, 1996)، وهو ما لم يتحقق بالصورة المرجوة حتى الآن !! بالرغم من بروز العديد من المؤشرات الإيجابية لاستخدامها، وتعاظم صفات الإنترنت الاتصالية والتعليمية!.

(2) ومنذ سنوات قليلة بدأ بعض أساتذة الاتصال الجماهيري إلى حد ما بالاهتمام بدراسة الإنترنت، واعتبارها أداة تعليمية أساسية في تدريس علوم الاتصال الجماهيري (Gunartne and Lee, 1996)، بل وأخذ بعضهم بالفعل في تطبيق استخدام الإنترنت

داخل الفصول الدراسية لتعليم فنون وعلوم الاتصال الجماهيري، سعيا إلى إيجاد أفضل طرق تدريسها، والاستفادة منها (Panici,1998).

وفي ذات الوقت بدأ يتزايد الاعتقاد ضمن الأوساط الأكاديمية المعنية بالاتصال الجماهيري، بأن الإنترنت تعد أداة تعليمية نموذجية للفصول الدراسية (Scott, 1995)، بل وتعد حقلاً دراسيا جديدا بمقررات جديدة، وأنه من الضروري تعليم مثل هذه المقررات الدراسية لتوفير فرص عمل للطلاب، بعد تدريبهم على التكنولوجيا الجديدة التي تلعب دورًا مهمًا في تشكيل مستقبل الإعلام (Jerome, 1996) وهو أمر تتبدى تباشيره في التزايد المستمر في استخدام الإنترنت في تطوير دراسة وتعليم مقررات الاتصال بكافة تخصصاته، واستحداث مقررات جديدة في مجال الاتصال الجماهيري مثل الوسائط المتعددة "الملتيمديا" والنشر والتصميم على الويب، والتغطية الإعلامية الإليكترونية، وكذلك تزايد الدعوة لإدماج الإنترنت ضمن المواد الدراسية الأخرى... الخ.

ومن ناحية أخرى، فإن هناك توجهًا جديدًا نحو تعديل ممارسات تدريس علوم الاتصال والإعلام، باعتبار أن ثمة حاجة ماسة لتعليم طلبة الإعلام مهارة استخلاص المعاني من البيانات والمعلومات التي تتدفق بكثافة في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، وهو ما يعني ضرورة التحول من الشكل التقليدي في تعليم فنون الإعلام، والذي يقوم على المفاهيم النظرية والتلقين إلى التركيز على تعليم طلبة الاتصال أساليب البحث والتغطية الإليكترونية، والتحليل النقدي، للمعلومات الرقمية الإليكترونية، وهي أمور أصبحت ميسورة بفعل تزايد تخزين المعلومات والبيانات بشكل رقمي، وتطور طرق الاتصال الرقمي، وتعدد وسائل تحليل المعلومات والبيانات بشكل رقمي.

ومن ثم فالتحدي الحالي هو تعليم طلبة الاتصال هذه المهارات الجديدة للتعامل بشكل فعال يتناسب مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة. (وكالات الأنباء على سبيل المثال أصبحت تبث مادتها وصورها ووثائقها الصحفية على الإنترنت، ويتحدد دور حارس البوابة المحلي فقط في الاختيار من بينها وتوزيعها على صفحات جريدته بعد

تحريرها إليكترونيا لتأخذ طريقها للطبع عبر أجهزة الكمبيوتر، ومن ثم يجب تغيير طرق تدريس مثل مقررات هذه الموضوعات). وقد دفعت هذه المؤشرات بالمعاهد والكليات والمؤسسات الإعلامية المعنية بتدريس علوم الاتصال الجماهيري، إلى إعادة التفكير في طرق تدريسها ومناهجها والتقنيات المستخدمة في معاملها لتوصيل هذه المعارف والعلوم، ووفقًا لوجهة نظر ترى إنه لا بديل أمام هذه الجامعات والمؤسسات الإعلامية سوي الدخول إلى هذا العالم الرقمي الجديد، لتخريج كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع ثورة المعلومات المتجددة والمتسارعة. وعلي اعتبار أن برامج تعليم الاتصال تلعب دورًا رئيسيًا في تشكيل اتجاهات الطلاب إزاء التكنولوجيا الحديثة.

وتتعدد الفوائد التي يمكن أن تقدمها الإنترنت في تعليم وتدريس مواد الاتصال الجماهيري ومن بينها:

1- إمكانية تقديم وتدريس أكثر من مقرر يتعلق بالإنترنت بشكل منفصل.

2- إمكانية إفادة المقررات الإعلامية الأخرى من الإنترنت، بما يعزز مضامينها ومفرداتها التعليمية.

3- توافر قدرات وصفات ذات طبيعة تعليمية متميزة في الإنترنت مثل الجرافيكس، والصوت والصور والرسوم والألوان، وهي أدوات تيسر عملية الشرح والتوضيح، فضلاً عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأبناط والأحجام والخلفيات والمساحات... الخ.

4- تعاظم الصفات الاتصالية في الإنترنت والتي من بينها التفاعلية بين الأستاذ والطالب، والقدرة على تلقي الدرس عن بعد، وتخرين واسترجاع مادته بسهولة، فضلاً عن كونها وسيلة محفزة لطالب الإعلام على البحث والدرس الذاتي، وتطوير الحواس والمهارات الإعلامية لديه.

5- توافر مادة المقرر الإعلامي نفسه وتطبيقاتها على الإنترنت.

6- إمكانية إتمام بعض مفردات العمل الإعلامي من خلال الإنترنت، واعتبارها معملاً تدريبيًا لممارسة العمل الإعلامي.

7- إمكانية الاستفادة من خبرات الإعلاميين المحترفين وجلبهم لمكان المحاضرة دون تكفل عناء الانتقال إليها، وعقد مؤتمرات صحفية عن بعد (مسموعة ومرئية)، وكذا الاستفادة من مقررات ومشروعات وبرامج وخطط المؤسسات والجمعيات والجامعات المعنية بتطوير العمل الإعلامي باستخدام الوسائل الجديدة.

8- توافر برامج تعليمية مساعدة على الإنترنت، تيسر إمكانية التعرف على المقومات الإعلامية للإنترنت بدون الحاجة إلى معلم، فضلاً عن وجود العديد من المواقع التدريبية والتعليمية على الإنترنت.

9- إمكانية الاستفادة والتعلم من أكثر من موقع تعليمي عن ذات المادة العلمية والتي يطرحها أساتذة الإعلام من جامعات عديدة على الإنترنت، وهو أمر يعمق محتويات المادة الإعلامية المقدمة، ويوفر نماذج متعددة لتقديم ذات المادة، أي أن طالب الإعلام يمكن أن يتنقل بين عدة قاعات دراسية حول ذات المادة التعليمية دون أن ينتقل من مكانه.

10- توافر إمكانية التعليم المستمر، والتي لا تنتهي بمجرد الخروج من قاعات الدرس، حيث يمكن إتمام تكليفات المقرر التدريسي من أي مكان يتوافر فيه الاتصال بالإنترنت، وفي أي وقت يتيسر فيه هذا الاتصال.

11- توافر إمكانيات عديدة للاتصال بين طلاب الاتصال والإعلام وبعضهم، وبينهم وبين أساتذتهم، بما يزيد من درجة تبادل الخبرات فيما بينهم سواء عن طريق البريد الإليكتروني أو جماعات الدردشة أو الجماعات الإخبارية أو غيرها.

12- إمكانية القيام برحلات ميدانية إليكترونية إلى مواقع الشبكات الإعلامية والمؤسسات الصحفية والتعرف عليها.

13- تسمح بدمج الأفكار النظرية المتعلقة بالاتصال الجماهيري ضمن الأنشطة التدريبية بشكل عملي.

ثالثًا : الإنترنت كمصدر للمعلومات ومورد للباحثين الإعلاميين

تمثل الإنترنت مصدرًا غنيًا وثريًا بالمعلومات، بصورة غير مسبوقة في مجال المعلوماتية، وتتعدد استخدامات أساتذة الاتصال ما بين الاستخدامات العامة والمتخصصة؛ فأما الاستخدامات العامة فيمكن أن تتمثل في البحث عن المعلومات، وإرسال وتلقي البريد الإليكتروني، والاطلاع على الأخبار الجديدة، والحصول على الوثائق والمستندات والبيانات والإحصائيات والاتصال المباشر والسريع بمصادر المعلومات، واستخدام قواعد المعلومات والمكتبات، وتلقي الموضوعات والأخبار وفقا لاهتماماتهم customized topics.

أما الاستخدامات المتخصصة فيمكن أن تتمثل في الاستفادة من تقنيات وأدوات البحث والتخزين والاسترجاع على الإنترنت، وجلب المقالات أو الدراسات أو الأبحاث الحديثة والمتجددة من الإنترنت أو الاستفادة من القواميس الإليكترونية أو شراء كتب أو أبحاث من خلال الإنترنت أو زيارة المواقع الأكاديمية المتخصصة، والتعرف على مواعيد المؤتمرات الإعلامية الدولية، واستخدام مراجع أو اقتباسات من مواقع بالإنترنت، وتبادل الأفكار والآراء حول عمل بحثي مشترك مع آخرين، وتحميل بعض البرامج الإعلامية من الإنترنت، والاستفادة من الموسوعات وطرق التدريس عبر الإنترنت، وإجراء مسوح ميدانية عبر الإنترنت، وتصفح المجلات الأكاديمية، والتعرف على الفنون الإعلامية الجديدة، والتقنيات التكنولوجية الحديثة، والتخاطب والتحاور مع أساتذة آخرين... الخ

ومن بين التقنيات الحديثة التي يمكن أن يستفيد بها باحثو الإعلام كأدوات جديدة في توصيل الرسالة الإعلامية والتعليمية برنامج الـ Pointcast كأحد تقنيات تكنولوجيا الدفع للموضوعات والأخبار الإعلامية على سطح مكاتب أجهزة الكمبيوتر، وتقنيات الملتميديا مثل الـ Windows Media player، Real player، Shockwave، Fish Wrap... etc. وهي تقنيات تصب فيما بدا يعرف بالتدفق الإعلامي

أو البث الإعلامي المباشر عبر الإنترنت Streaming Media. وأيضًا تقنيات التحاور والتخاطب مثل الـ Video Conference, Internet Telephony, Audio Conference, Video Streaming Technology, Web TV... الخ التقنيات الحديثة التي تحدث ثورة في عملية النقل والتوصيل والاندماج الإعلامي، والذي يشكل فهمًا جديدا لوسائل الاتصال، يستدعي معه البدء في إدماج مثل هذه التقنيات الجديدة ضمن المقررات الإعلامية.

رابعًا : أساتذة الاتصال ومداخلهم النظرية في دراسة الإنترنت :

وقد حرصت الدراسات التي تمت في مجال دراسة الاتصال عبر الكمبيوتر، على طرح عدة سياقات أو إطارات، تضبط طرق تحديد وحدات التحليل Units of Analysis المستخدمة. إذ بينما لا يعنى الباحثون في وسائل الإعلام كثيرًا بتعريف معنى وسيلة الإعلام ذاتها، فإن التنوع في أنظمة الاتصال عبر الإنترنت وتطبيقاتها، دعت إلى التركيز في وحدات التحليل المستخدمة لدراسة الاتصال عبر الإنترنت، حيث لا يمكن النظر إلى الإنترنت كوسيلة مفردة Single Medium، فهي تتكون من تنويعة أو عدد من وسائل الإعلام. وتتعدد وحدات دراسة الإنترنت ما بين دراسة عمليات الاتصال من كمبيوتر إلى آخر، والبريد الإليكتروني والجماعات الإخبارية وقوائم المناقشة Discussion Listsوالشركات التجارية والخاصة العاملة في مجال on line Services... الخ (December, 1996). فالإنترنت تقدم أشكالاً متنوعة من عمليات الاتصال، والتي لا تقتصر فقط على البريد الإلكتروني E-mail أو جماعات النقاش Group-Discussion أو مجرد نشر المعلومات والتحاور حولها، بل توفر أدوات عديدة ووسائل لاسترجاع المعلومات Retrieval، والاتصال Communication والتفاعل Interaction... الخ المفاهيم التي تحتاج لاستكشافها والتأصيل لها.

وعلى مدار السنوات القليلة الماضية، استخدم الباحثون عدة مداخل لدراسة الاتصال الإنساني عبر الكمبيوتر وأنظمة الاتصال عبر الشبكات، وصاغوا لذلك عدة

إطارات Frameworks لتحديد وحدات التحليل Units of Analysis الملائمة لدراسة هذا المجال، فدرس بعض الباحثين العلاقة بين خصائص وسائل الإعلام وخصائص الأفراد الذين يستخدمونها وعنى باحثون آخرون بدراسة المقومات الإنسانية لعمليات الاتصال التي تتم عبر الكمبيوتر Computer-mediated Communication وقاموا بتحليل العوامل النفسية والاجتماعية وأيضًا العوامل المتعلقة بالسياق المجتمعي ,الذي تتم فيه هذه العمليات الاتصالية.

واهتم باحثون آخرون بدراسة طرق نشر وتبنى وسائل الإعلام ذات الطبيعة التفاعلية Interactivity وركزوا على العوامل التي تسهم في زيادة تبنى تكنولوجيا وسائل الإعلام، وطرحوا عدة نماذج Models تبين كيفية استخدام التكنولوجيا في تنمية وتطوير المجتمع.كما عنى باحثون آخرون بتوصيف التغيرات الفردية والاجتماعية التي تحدثها الوسائل التكنولوجية الجديدة. وفى مجال دراسة الاتصال الإليكتروني أو الفوري On line Communication، ركز البعض على تحليل طبيعة اللغة المستخدمة ونوعية الخطاب الذي تطرحه هذه الوسيلة.كما عنوا بفحص المحتوى الذي يبث على الخط أو الاتصال المباشر on line، واستخدموا عدة مداخل لتحديد وحدات التحليل. وقد توصل الباحثون في هذه المجيلات إلى عدة نتائج هامة تتعلق ببناء الاتصال ومحتواه وطبيعة عملية الاتصال عبر الكمبيوتر، وهي نتائج تساعد في تفسير دور وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عمليات التعلم.

وقد تعددت فئات ومجالات هذه الدراسات ما بين دراسة عمليات الاتصال من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر، والبريد الإلكتروني، والجماعات الإخبارية News Groups وقوائم المناقشة Discussion Listsوالشركات التجارية والخاصة العاملة في مجال on line Services... الخ. وقد حرصت الدراسات التي تمت في مجال دراسة الاتصال عبر الكمبيوتر، على طرح عدة سياقات أو إطارات، تضبط طرق تحديد وحدات التحليل المستخدمة.وبالرغم من توافر بعض الدراسات التي تناولت التأثيرات الناجمة عن

استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إلا إن هذه الدراسات مازالت تواجه عدة صعوبات في تحديد هذه الوحدات أو تكوين إطار نظري متكامل يساعد في تفسير هذه الظواهر الاتصالية الجديدة أو طرح نماذج محددة تفسر طبيعة استخدام هذه الوسائل وتبنيها وطبيعة عملية الاتصال عبر الكمبيوتر.

ويكشف مراجعة الدراسات التي تمت في السنوات الماضية عن قلة الأبحاث التي تعرضت للمداخل النظرية الملائمة للتعرف على تأثيرات الإنترنت وظواهرها، ومن بينها:مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications والذي وجد قابلية كبيرة لدى الباحثين في هذه المجال باعتباره أنسب المداخل لدراسة هذه الوسائل والظواهر الاتصالية الجديدة، حيث يرى هذا المدخل أن مستخدمي وسائل الإعلام يختارون بأنفسهم الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، وأنهم ناشطون في البحث عن وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم من خلال مجموعة متنوعة من الاستخدامات . وبالرغم من أن مفهوم الاستخدامات والإشباعات لم يعد مفهومًا سائدًا في الدراسات الإعلامية الحديثة، ألا إنه يساعد في تقديم إطار مفيد لبدء دراسة الاتصال عبر الإنترنت، كما إنه يعطى رؤية محددة عن طبيعة الاختلاف بين الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة، طالما يستخدمها الجمهور، فالاستخدامات الحديثة لهذا المدخل تقوم على ضرورة التحديد الدقيق لطبيعة الجمهور المستهدف، للحصول على فهم أفضل للعلاقة بين الخصائص الاجتماعية للجمهور ، وطبيعة استخداماته للوسيلة، والسياق الذي تستخدم فيه الوسيلة.

ومن المداخل التي تبناها عدد من الباحثين في دراسة الإنترنت، مدخل نشر الأفكار المستحدثة Diffusion of Innovations باعتباره يهتم بكيفية نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة وتقييمها وتبنيها، وبينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية تحقيق استخدام وسائل الإعلام لبعض الاحتياجات النفسية والاجتماعية، فإن مدخل نشر الأفكار المستحدثة يركز على قنوات الاتصال ومراحل الإدراك Awareness ومعايير اتخاذ القرار وخصائص المتبنين... الخ.

ومن المداخل التي تبناها عدد من الباحثين في دراسة الوسائل التكنولوجية الحديثة، مفهوم الحشد الحدي Critical Mass لمعرفة حجم الجمهور المطلوب لهذه التكنولوجيا الجديدة، وذلك لقياس مدى نجاحها وفاعليتها، وكذلك لمعرفة طبيعة الفعل الجماعي المطبق تجاه استخدام هذه الوسيلة الإليكترونية. وفي إطار هذا المفهوم، ينظر إلى الإنترنت كوسيلة إعلامية في ذاتها والي مواقع الأفراد والخدمات كمكونات لهذه الوسيلة.

وأيضًا من المداخل النظرية التي تبناها بعض الباحثين، مدخل أو مفهوم الوجود الاجتماعي Social Presence لمعرفة الخصائص المتنوعة لوسائل الإعلام المختلفة طبقا للمعالم أو الملامح الاجتماعية الموروثة في كل وسيلة تكنولوجية. وكذلك نظرية الاعتماد المتبادل (Media System Dependency Theory) (Ball-Rokeach, 1988) والتي تدعو لدراسة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والمجتمع عبر عدة مستويات تحليلية، وترى إن الأفراد يطورون مع الزمن علاقة تبعية على الوسيلة الإعلامية لتحقيق أهداف محددة.وكذلك نظرية معالجة المعلومات الاجتماعية Social Information Processing Theory والتي ترى أن المعلومات الاجتماعية تعد عاملاً مهمًا في اختيار الجمهور لوسيلة ما من بين الوسائل الإعلامية المتنافسة، وأنه بدلاً من أن يقوم الفرد بعملية تقييم عقلانية وموضوعية لوسائل الإعلام، فإنه يهتم بعملية تقييم الآخرين للمعلومات الاجتماعية، حيث يعد اتجاهات وسلوك الآخرين أكثر أهمية في اختيار وسائل الإعلام وتقييمها عن الصفات الموروثة التي يستخلصها المستخدم من الوسيلة بنفسه..

كما استخدم الباحثون مفهوم "ثراء أو خصوبة وسائل الإعلام" Media Richness لدراسة اختيار وسائل الإعلام على مستوى الاتصال التنظيمي والردى، وهو مفهوم يميز بين وسائل الإعلام الثرية أو الخصبة Rich في مقابل وسائل الإعلام الهزيلة Lean أو ضعيفة المستوى، وذلك وفقًا لمدى اتساع وتعدد ملامح Cues كل وسيلة.

ومن المفاهيم الحديثة المقترحة في دراسة هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة، مدخل تحليل الشبكة Network Analysis، فدراسة شبكة المستخدمين في أي خدمة

مرتبطة بالإنترنت، يمكن إن يأتي بثمار مفيدة، حيث لم تعد المفاهيم التقليدية للمرسل والمستقبل مفاهيم ملائمة لتحليل هذه الوسائل الحديثة. وأيضاً باعتباره مدخلاً يربط عمليات التحليل بواقع معين.

ومن الإضافات الجديدة ما استخدمته (Hoag,1997) في دراستها لمعرفة العوامل المؤثرة على استخدام الإنترنت وتأثير السرعة، وهي نظرية Micro-Economy، و Conceptualization of Interactivity، وكذلك الرؤى الجديدة التي طرحتها Jane Singer لاستخدام مداخل قديمة في فهم ظاهرة الإنترنت مثل مفهوم حراسة البوابة Gate-Keeping وسيسولوجيا العمل الإخباري Sociology of News Work وال Social Cohesion (Singer,1998)، وما يسميه البعض بال Symmetrical Models وكذلك الاستفادة من مفاهيم الانتشار الثقافي، ورؤى الدراسات الثقافية والعولمية Global and Cultural Studeis، وفي ذلك يدعو مارك دايزي Mark Deuze إلى مدخل نقدي متعدد الرؤى والثقافات والقوميات لدراسة الإنترنت، محذرًا من تجاهل دراسة الإنترنت وإلا ستبقى حبيسة اهتمام المتحمسين وبعض الخبراء.وبالرغم من توافر بعض الدراسات التي تناولت التأثيرات الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إلا إن هذه الدراسات مازالت تواجه عدة صعوبات في تحديد هذه الوحدات أو تكوين إطار نظري متكامل يساعد في تفسير هذه الظواهر الاتصالية الجديدة أو طرح نماذج محددة تفسر طبيعة استخدام هذه الوسائل وتبنيها وطبيعة عملية الاتصال عبر الإنترنت وأشكاله.

وبالإضافة إلى نقص التكامل النظري والمعرفي الذي تعانى منه هذه الدراسات، فإن التغيرات الهائلة والمتسارعة التي تحدث في شبكة الإنترنت منذ عام 1969 تقدم أشكالاً متنوعة من عمليات الاتصال، والتي لا تقتصر فقط على البريد الإلكتروني E- mail أو جماعات النقاش Group- Discussion أو مجرد نشر المعلومات والتحاور حولها، بل توفر أدوات عديدة ووسائل لاسترجاع المعلومات Retrieval، والاتصال Communication والتفاعل Interaction مما يجعل من مسألة التنظير لشبكة الإنترنت كوسيلة اتصالية

وإعلامية جديدة ومتفردة، تحتاج إلى جهد بالغ لاستكشافها والتأصيل لها. وباستعراض الدراسات والكتابات التي تمت في مجال دراسة الإنترنت والاتصال وتكنولوجيا المعلومات ومداخلها، فإنه من المفيد استخدام مدخل معرفي متكامل، ومتعدد الوجوه Multi-Disciplinary, Wide-Range يضع هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة وظواهرها في إطار متنوع، ويسمح باستكشاف آثارها ومناقشة وضعيتها في إطار لا يلغى حدود السياقات التي تتم فيها، والأوضاع التي تفرزها، فالإنترنت كما يرى December ليست وسيلة واحدة، ولكن عدة وسائل– Internet-Based Means. والابتعاد عن مفهوم One Medium -one theory، إذ يمكن تحليل الوسائل التكنولوجية الحديثة على مستويات متعددة Multiple Levels من المستوى الفردي إلى الجماعي إلى التنظيمي إلى مستوى تحليل النظم، فطالما إن هناك تأثيرات متبادلة بين التكنولوجيا والمجتمع، فإن العوامل المتضمنة في كل مستوى تؤثر وتتأثر بالعوامل الأخرى، ومن المهم عند دراسة الاتصال عبر الإنترنت تحديد وحدات التحليل لتنوعها، وأخذ السياق الاجتماعي في الاعتبار وخصائص المستخدم وأغراض الاتصال.

المراجع

Althaus, S. L., Computer-mediated communication in the university classroom, Communication Education, 46,1997, pp158-174.

Beniger, James, Researchers confront their futures on the WWW, Public Opinion Quarterly 62,3, 1998, p442.

Brookfield, Stephen D., Mass Media as Community Educators, New Directions for Adult and Continuing Education,n47,p63-70, fall1990.

Chrisptoper Moersch, Assessing Current technology Use in the Classroom, Learning & Leading with Technology, vol. 26, n 8, May 1999.

Covington, William G., Quick guide to the Internet for mass communication, Journalism and Mass Communication Educator 52,4 (1998),p86.

Cynthia Sunal, et al., using the Internet to Create meaningful instruction, The Social Studies, Jan-Feb1998,v89,n1, p13(5).

Daniel A. Panici, New Media and the Introductory Mass communication Cpurse, Journalism and Mass Communication Educators, Spring 1998, pp52-60.

David J. Rosen, How Easy is it for Adult Educators to Use the Information Superhighway, http://www2.wgbh.org/mbcweis/ltc/airi/crusing.html

David Morgan Going Online to Teach Journalism and Mass Communication, Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 79th, CA, Aug 10-13, 1996.

Debra Blum, Computers Put a Journalism School on technology's Leading Edge, Chronicle of Higher Education, v 38, N. 30, PA19-20, Apr. 1992.

December, Jhon, 1996, Units of Analysis for Internet Communication, Journal of Communication ,46 (1), Winter, pp14-38.

Derek H. T.Walker, Web Page Design As Student Learning, Department of Building and Construction Economics, RMIT, 1997.

Descy,Don, An internet safari for educators, media and Methods 33,3 (1997)74.

Dyrli o. and D. Kinnaman, Connecting Classrooms: Technology and Learning 15(8) 82-881995a,

Dyrli o. and D. Kinnaman, Gaining the online edge, Technology and Learning, 16 (4)65-70.

Edwin H.Gragert, The Internet Potential for an Educational of Hope, On the Internet, Jan-Feb1999,p18-21.

Fleming, Charles, A Survey of Instruction in Computer Use in PR Programs, PhD, Oklahoma State University, 1987.

Friedlan, Lewis, et al., Incorporating Online Publishing Into the Curriculum, Journalism and Mass Communication Educator, V51,n3, pp54-65, Aug1996.

Fuchs, Barbara, The Impact of the Internet on Educators , Columbia University, 1997.

Giagocavo Gregory, How educators use the Internet, Media and Methods 33,1 (1996):30.

Hazari, Sunil, An Educators' Guide to Info Access Across the Internet, Journal of Computing in Higher Education,v6,n1, pp91-113, fall 1994.

Hoag, Anne, Speed and the Internet, Phd, Michigan State Univeristy,1997.

Jane B. Singer, et al., Attitudes of Professors and students About New Media technology, Journalism and Mass Communication Educator, Journalism and Mass Communication Educator,v51,n2,pp36-45, Sum1996.

Janet Terry, Joel Geske, A Case Study for Evaluating the Difference of Computing Technology in Teaching Undergraduate by a Faculty in a Journalism and mass Communication Program, paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (73rd, MU, Aug 1-4) 1990.

Jennings Bryant and Dolf Zilmann, Media Effects Advances in Theory and Research, Lowrence Erlbaum Ass., publishers, N.Y, 1994, p463.

Jerome Aumente, Survival Strategies for j-School Graduates, Niman Reports, Spring 1996, v 50, N 1, p36 (1)

John Eddy et al., Technology assisted education, Education, Spring 1997, V117,n3,p478(3).

Jones, Steve, Using the News: An Examination of Value and Use of News Sources in CMC, Journal of Computer-Mediated Communication, v2,N.4,Mar1997.

Joong –Kak Kook, Computers and Com Networks in Educational Settings in the Twenty- First Century, Educational technology, March-April 1997, pp56-59.

Joseph R. Dominick, The Dynamics of Mass Communication, The McGraw-Hill Companies, Inc, 1995, Pp 337-350.

Julie Bolding, Research Skills instruction in undergraduate programs(mass Comm),Journalism and Mass Communication Educators, Spring 1966,v51,n1,p15(8).

Karen Paulsell, Computers and Communication, in Jhon Dowing, et al, Questing the media , Sage, 1990, pp195-206.

Katherine Fulton, et al., What Skills does the Journalists Require to Take Advantage of New technology, Nieman reports, Sum1994, Vol48, No.2, p19.

Kent , Peter, The Complete Idiot's Guide to the Internet, Indianapolis, Ind: Alpa Books, 1994.

Kevin C. Lee, Charles A. Fleming, problems of Introducing Courses in Computer-Assisted reporting, Journalism and Mass Communication Educator, Aut 1995, V 5, N 3, p23.

Krol, Ed, The Whole Internet , Sebastopol, Calif: O; Reilly and Ass., 1994.

Mark Deuze, The Web Communicators: issues in research into Online Journalism and Journalists, first Monday,1998.

Martin Ryder, Affordances & Constraints of the Internet, Paper presented to a Joint Session of the Association for Educational Communications Research, Indianpolis,1998.

Martinson, David l., Educators and the New Mass media technology: The Good, the Bad, and the Ugly, Contemporary Education, v69 n3,p150-54,Spr 1998.

Matthew Ciolek, The scholarly Uses of the Internet, tmicolek@coombs.anu.edu.au

McGuire, Mary, et al., The Internet Handbook for Writers, researchers and Journalists, The Internet Handbook for Writers, researchers, and Journalists, Trifolium Books Inc., Canada,1997.

Merrill Morris and Christine Ogan, The Internet as Mass Medium, Journal of Communication, 56(1), Winter.

Mohammed K Hamza, et al., technology and Education between Chaos and Order, First Monday, V4,N3,March1999.

Monahan, Brian, et al., The Internet for Educators: A User's Guide, Educational technology,v35,n1,p44-48,Jan-Feb1995.

Norika, Hara et al., Students' Frustrations with a Web-based distance Education Course, First Monday, Dec 1999.

Peter Meyer, Take a class Via Computer, New Choices, V.39, No.2m Mar1999, p69-7.

Porter, Tersal, Level of Uses of the Internet by Ohio University Extension Educators, Ph.d, Ohio State University,1997.

Powell, Dorrie Jhonson, Utilization on Levels and Attitudes Toward technology in Tennessee School Library Media Centers, E.D.D, University of Memphis, 1994.

Rafaeli & Why Should Communication researchers Study the Internet, Journal of Communication, 46,1, 1996..

Regina Roger, Teaching on the internet, learning, leading with Technology,V25,N3,1997.

Rheingold, H. (1994) The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World, London: Secker& Warburg.

Richardon Eric, Internet Cum Laude, Internet World, v 6, n 10, Oct. 1995, pp38-41.

Robert Gustafson, et al., Merging the teaching of ad and Public relations Campaigns onto the Information Superhighway, Paper Presented at the annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (78th, Washington, D.C., Aug 9-12, 1995.

Rosenabum, Howard, Educators and the internet: What's out there, How to get some of it, Ohio Media, Spectrum,v46,n1,p16-23, sum1994.

Sandra D. Scott, The technological Challenge for Curriculum and Instruction, Journalism and Mass Communication Educator, v50, n2, p30-40, Sum1995.

Schrum, Lynne, Educators and the Internet: A Case Study of Professional Development, Computer& Education, v24,n3,pp221-28, Apr1995.

Shelton A. Gunaratne and Byung S. Lee, Integration of Internet resources into Curriculum and Instruction, Journalism and Mass Communication Educator, 51/2/sum, 1996, pp25-35.

Shipley, L., J., A Q- Methodology Study of Faculty Attitudes Toward the Information Superhighway and the New technologies, Paper Presented at the meeting of the International Society for the Scientific Study of Subjectivity, Columbia, MO.

Smith, et al., Computer-Mediated communication and Strategies for Teaching, Journalism Educator,48 (1) 80-83.

Spears, R. Lea, M., (1992) Social Influence and the Influence of the Social in Computer -Mediated Communication, In M. Lea (Ed.) Contexts of Computer-Mediated Communication, pp.30-65, New York: Harvester Wheat sheaf.

Stan Ketterer, teaching Students how to evaluate and use Online Resources, Journalism and Mass Communication Educators, Win98, pp4-15.

Stan Ketterer, Untangling the Web: teaching Students how to Use Online Resourses and Critically Evaluate Information, the conference of Association for education in journalism and Mass communication, Chicago, August2).

Steven Smethers, Cyberspace in the Curriculum: new legal and Ethical Issues, Journalism and Mass Communication Educator, Win 1998, V 52, N 4, P15.

Ted pease, Still on the Beat (or would be) Journalism Educators Value professional Involvement, Want More, Newspaper research Journal, Fall 1990, pp52-63.

Terry Janet, A Case study for evaluating the diffusion of computing technology undergraduates by a faculty in a journalism and Mass communication, Paper presented at the conference of Association for education in journalism and Mass communication (73rd, MN, August 1990).

Thomas J., Buckhaltz, Information Proficiency, Your Key to the Information Age, Van Nostrand Reinhold, U.S.A, 1995, pp10-12.

Virginia Heinrich, professional development using the Internet, Adult Learning, Jan-feb 1996, v7,n3,p9(2).

Walter, J. B., (1992a) Interpersonal Effects in Computer -Mediated Interaction, Communication Research, 19(1), pp52-90.

الفصل الثاني

الإنترنت وأبعاد الحق في الاتصال

دفعت ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، العديد من الباحثين، إلى إعادة التفكير في النظام الإعلامي الدولي الراهن، وإعادة قراءة المفاهيم الاتصالية والإعلامية التي سادت على مدار العقود الماضية، كما بدأ النقاش الإعلامي التقليدي حول حقوق الإنسان والتنمية والمعلوماتية والتدفق المعلوماتي وحرية التعبير وحرية الإعلام وصناعة الأخبار، يتخذ منحًا جديدًا في ظل ثورة المعلومات، كما ظهرت دعوات تنادي بعقد مقارنات بين الجدل الذي ساد في السبعينات والثمانينات بشأن النظام العالمي للإعلام والاتصال (NWICO)، وبين ثورة المعلومات، لبيان سبل الاستفادة منها في حل الإشكاليات الاتصالية والإعلامية القديمة (مصطفي المصمودي، 1997)، وصياغة السياسات الاتصالية الجديدة، والتي تشهد تحولاً تاريخيًا نحو مزيد من المنافسة، والاندماج، والخصخصة، والعولمة، والرقمنة، والليبرالية، وتطبيق مفهوم آليات السوق على الخدمات المعلوماتية (Hamelink, 2000, 1995).

وفي إطار هذا التحول يعد مفهوم الحق في الاتصال أحد المعالم الأساسية التي تعكس بشكل جلي طبيعة آثار ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، على المفاهيم والسياسات والإشكاليات الاتصالية والإعلامية، حيث تغيرت طبيعة هذا المفهوم ومقوماته وعناصره، تغيرًا كبيرًا في الآونة الأخيرة، وإن لم تتطرق دراسات كثيرة إلى رصد هذه التغيرات، وهو ما يتصدى له هذا البحث، الذي يسعى إلى معرفة واقع مفهوم الحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات، وطبيعة السياق الإعلامي والاتصالي الدولي الذي يثار فيه؟ وطبيعة الأبعاد الجديدة التي أكتسبها، وتلك التي مازال يحتفظ

بها، وأهم النقاشات التي تدور حوله، وأبرز القوي الفاعلة في ذلك ؟، وإلي أي مدىٰ ساهمت ثورة المعلومات في حل الإشكاليات التقليدية التي صاحبت مفهوم الحق في الاتصال خلال عقدي السبعينات والثمانينات؟، وهل أفرزت إشكاليات ومفاهيم جديدة؟ وما هي أبعادها؟، وما هي التحديات التي تفرضها ثورة المعلومات علىٰ الحق في الاتصال؟، وما هو واقع الحقوق الاتصالية في دول العالم حاليًا، وخاصة في دول الجنوب، بالتطبيق علىٰ القارة الأفريقية كحالة دراسية.

تمهيد: الحق في الاتصال بين المفهوم والتشريعات في القرن الماضي

يعد الحق في الاتصال والحصول علىٰ المعلومات وتداولها أحد الحقوق الأساسية لكل إنسان، ومضمونه يقوم علىٰ المعلومات سواء أكان الفرد يتكلم إلىٰ الآخرين أو يستمع إليهم، وسواء أكان يتعامل مع أفراد أو جماعات أو منظمات أو الدولة أو العالم علىٰ اتساعه، وهو حق كل فرد في أن يكون طرفا فاعلا، في كل مكونات العملية الاتصالية، بكل أشكالها ومستوياتها، ويستهدف تمكين كل فرد وكل مجتمع من امتلاك المعلومات، وهو ما جعل البعض ينظرون إلىٰ هذا الحق علىٰ إنه يمثل الجانب الثالث للديمقراطية في المجتمع المعاصر، بالإضافة إلىٰ جانبيها السياسي والاقتصادي.

وينبع مفهوم الحق في الاتصال من طبيعة الإنسان ذاته ككائن، قادر علىٰ الاتصال، ومن الحاجة الإنسانية للاتصال، وهو مفهوم عالمي، يؤكد علىٰ عملية الاتصال أكثر مما يؤكد علىٰ مضمون الرسالة، و ينطوي علىٰ المشاركة، ويوحي بالتفاعل المتبادل في نقل المعلومات. ويتضمن إيحاء أخلاقيًا وإنسانيًا بضرورة توزيع الموارد اللازمة لتحقيق الاتصال، توزيعًا عادلاً علىٰ نطاق عالمي، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وإلحاح الاحتياجات الإعلامية للأفراد والمجتمعات، ونشوء فرص جديدة لخلق توازن وعدالة في توزيع موارد الاتصال الدولية (اليونسكو، 1984: 8)، أصبح من الضروري تحديد طبيعة المفهوم ورصد مقوماته الأساسية في ضوء هذه المتغيرات.

وقد سعي علماء الاتصال والقانون، للتوصل إلى صيغة تحدد الأطر الفلسفية والقانونية والعملية للحق في الاتصال، في القرن الماضي، بيد إنه برز الخلاف بينهم حول أمرين أساسين هما تحديد من هو صاحب هذا الحق؟ وهل يخص الفرد ولا يخص المجتمع إلا في مرحلة لاحقة أم أن المجتمع هو محله الأول، أو إن للدولة الحق في تقييده من أجل الصالح العام. ودار الخلاف الثاني حول مضمون الحق، حيث رأي البعض أن يتضمن تعريف الحق في الاتصال كل الحقوق والحريات المرتبطة به، إلى جانب القيود المفروضة على ممارسة هذه الحريات، باعتبار أن القاعدة في معالجة الحق في الاتصال هي الإطلاق أو التوسع مع مراعاة مسئولية الفرد تجاه الآخرين، وتجاه المجتمع، وبحيث يحتوي هذا الحق على كل الحريات اللازمة للتفاعل الاجتماعي السوي للفرد، وللمشاركة الإيجابية في العمليات السياسية والثقافية والاجتماعية ، بينما رأي آخرون أن عناصر الحق في الاتصال لا يمكن أن تكون مطاطة، بحيث تستوعب كل الحريات المتعلقة بالاتصال كالحق في حرية التعبير والرأي والإعلام، باعتبار أن كل هذه العناصر ليست على نفس المستوي، والبعض منها أساسي أكثر من البعض الآخر، وبعضها يسمح بقيود واستثناءات لا ينطبق على البعض الآخر، (اليونسكو، 1984 :41)، (راسم الجمال، 1994: 8). كما تفاوتت المواقف الأيديولوجية من الحق في الاتصال، فبينما لم توليه الدول الغربية ثقتها، إذ رأته جزءًا من مشروعات النظام الإعلامي العالمي الجديد في الإعلام والاتصال، والذي كانت تطالب به دول العالم الثالث في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي، وأنه قد يقيد وسائلها الاتصالية -كما ادعت - فإن الدول النامية خشيت من أن يستخدم هذا الحق لتبرير استمرار اختلال التوازن الفادح القائم في مجال تدفق المعلومات، واستيراد التكنولوجيا والمعلومات الغربية.

ورغم أن هذه الخلافات لم تحسم بعد، إلا أن المهتمين بدراسة هذه القضية، قد توصلوا إلى تحديد أبرز مقومات الحق في الاتصال، بحيث تتضمن:

- الحق في الإعلام، والحق في تلقي المعلومات، والحق في البحث عن المعلومات من أي نوع ونقلها بغض النظر عن الحدود، وبأي شكل، وبأي قالب فني أو أدبي،

وبأي وسيلة، وحق الإنسان في أن يسمع، وفي أن يستمع إليه، وحقه في نشر المعلومات وفي استقائها، فلكل شخص الحق في الاتصال بغيره، وتبادل المنافع المعرفية والمادية معه، ليس فقط داخل دولته، بل كذلك خارجها.

- الحق في المشاركة في الحياة السياسية والفكرية والثقافية، والتمتع بمنافع التقدم العلمي وتطبيقاته، وحق الفرد في أن تكفل له حرية البحث العلمي والنشاط الإبداعي الخلاق والتعبير عنه، وفي الانتفاع بحماية حقوقه في إنتاجه العلمي أو الثقافي أو الفني، وحق السواد الأعظم من الناس في الانتفاع بوسائل الإعلام الحالية، ومراعاة المستويات المختلفة في الاتصال، وضمان تحقيق المساواة لكل الأطراف في عملية الاتصال، وان ينطوي الاتصال على تدفق متعدد للثقافات وللاتجاهات.
- الحق في الانتفاع بموارد الاتصال، ومعداته وبرامجه ووسائله، ويعتبر هذا العنصر أساسيًا لدرجة إنه يتعذر بدونه ممارسة الحق في الاتصال ممارسة فعالة، وتحقيق ديمقراطية الاتصال التي تستلزم ضرورة توافر موارد الاتصال اللازمة للوفاء باحتياجات الاتصال الإنساني لكافة الشرائح الاجتماعية.
- حق الفرد في حرية الفكر والتعبير والضمير والديانة، وحقه في حرية اعتناق الآراء والتعبير عنها، وممارسة كل الأنشطة التي تدخل في نطاق الممارسة الديمقراطية، وحقه في حرية الإقامة والتنقل داخل بلده، ومنها وإليها، وحقه في حرية التجمع السلمي، وحق الجماعة في نشر المعلومات والتداول الحر والمتوازن للمعلومات وصون الذاتية الثقافية والتبادل الثقافي.
- حق الفرد في الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة به، والحفاظ على سلامته وكرامته الشخصية، ويرتبط بهذا حقه في الرد والتصحيح لما ينشر عنه، وحقه في الحصول على تعويض إذا ما انتهكت هذه الحقوق.

كما اهتمت العديد من **التشريعات الدولية والمحلية بالنص على الحق في الاتصال،** ومن بينها قرار الأمم المتحدة في 14 ديسمبر 1946، والذي ينص على أن "حرية تداول

المعلومات تعد من حقوق الإنسان الأساسية، وأنها المعيار الذي تقاس به جميع الحريات التي تكرس الأمم المتحدة نفسها للدفاع عنها، وتشمل جمع ونقل ونشر المعلومات في كل مكان دون عقبات". كما أصدرت عام 1948، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ، والذي ينص في المادة (19) منه على حق الفرد في حرية التعبير والرأي، وحرية استقاء المعلومات والأفكار ونقلها بغض النظر عن الحدود. ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء والمعلومات والبحث عنها واستقبالها وإرسالها من خلال أي وسيلة، دون التقيد بأية حدود دولية. وبالرغم من أن الإعلان العالمي ليس اتفاقية، فقد تبنته الجمعية العامة كقرار بدون قوة القانون، ألا إنه بمرور الوقت أصبح أداة معيارية خلقت بعض الالتزامات للأعضاء، وتأكدت مبادئه مع كثير من التفصيل والتحديد في الاتفاقية الدولية بشأن الحقوق المدنية والسياسية (1966)، وتأكد بعضها الآخر في الاتفاقية الدولية بشأن الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية (1966)، حيث نصت الاتفاقية الدولية بشأن الحقوق المدنية والسياسية على حق كل فرد في حرية اعتناق الآراء والمعتقدات، وعلي حقه في حرية التعبير. ويشمل هذا الحق حرية استقاء المعلومات والأفكار من كل نوع وتلقيها ونقلها، بغض النظر عن الحدود، سواء أكان ذلك شفاهه أو كتابة أو طباعة أو في أية صيغة فنية، أو من خلال أية وسائل أخرى..

وثمة اتفاق على مضمون المبادئ التي وردت في الإعلان العالمي وفي الاتفاقيتين الدوليتين، حيث أصبحت تشكل قانون دوليًا عرفيًا، وهو ما تجسد في العديد من الاتفاقيات الوطنية والدولية، (راسم الجمال، 1994: 12-14). ولكن ذلك لم يشبع طموحات العديد من الباحثين ، حيث بدا واضحا في ظل التطورات الحديثة في ثورة المعلومات أن ثمة حاجة لإعادة صياغة بعض المفاهيم السابقة، وعدم الاكتفاء بالنصوص القانونية لإرساء الحق في الاتصال وضمان حمايته، والعمل على إحداث تغيير أساسي في سياسات الاتصال، والتي تشهد حاليًا تحولات جوهرية، تركت آثارها على طبيعة الحق في الاتصال ومعالمه، ونوعية القوي الفاعلة فيها، ونوعية المستفيدين منها، وهو ما يدفعنا للبحث عن تأثير هذه التطورات على هذا المفهوم.

المبحث الأول

دواعي تجدد النقاش
حول مفهوم الحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات

ثمة أسباب عديدة، تدعو إلى إعادة النظر في مفهوم الحق في الاتصال، ورصد أبعاده الجديدة في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ومن بينها:

1- أسفرت التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، عن تعديلات جوهرية في أنماط الاتصال، وأساليبه وآلياته وظواهره، وهو ما يفرض ضرورة إعادة النظر في المفاهيم التقليدية التي استقرت في مجالي الإعلام والاتصال، مثل مفاهيم: الحق في الاتصال، والتدفق المعلوماتي والإخباري، وحرية التعبير وحرية الرأي والرقابة، وحرية نشر المعرفة وتداولها... الخ في ضوء الواقع الجديد.

2- ظهور موجة بحثية تطرح من جديد عدة تساؤلات حول مفهوم الحق في الاتصال، وتطالب بإعادة تنظيم النظام الدولي العالمي للمعلومات لطرح قضايا الاختلال الإعلامي، وعدم التوازن والمساواة من جديد (Vincent, et. al, 1999)، وإدماج البعد الأخلاقي في الاتصال الدولي، لجعله أكثر توازنا (Mowlana,1997)، وتدشين نظام إعلامي واتصالي جديد في ضوء ثورة المعلومات، والطريق السريع للمعلومات. ويترافق مع هذه الموجة تغير لغة الخطاب الإعلامي الغربي وخاصة في أمريكا، والتي كانت تعارض الدعوة لنظام إعلامي جديد للإعلام والاتصال، بالاستناد إلى ما ورد في تقرير "لجنة ماكبرايد" (المصمودي، 1997: 264)، حيث أصبح يدعو هذا الخطاب في الآونة الأخيرة إلى تقليص الفجوة بين الفقير والغني، والتوازن والتعادل في المجتمع الإعلامي الجديد، وهي قضية محورية في مجال الحق في الاتصال، وإن تباينت الرؤى حول سبل تحقيقها، كما فتحت قنوات الإعلام الرسمية الأمريكية الباب أمام المناداة

بنظام إعلامي جديد للإعلام والاتصال، والاجتهاد حول علاقة هذا المصطلح بمفهوم المجتمع الإعلامي المنتظر.

3- نشوء ما يعرف بالجيل الرابع من مفهوم الحق في الاتصال في إطار ثورة المعلومات، وهو جيل يرتبط فيه الحق في الاتصال على المستوي الفني والتقني بالقضايا الاقتصادية في التجارة الإليكترونية، وأمن المعلومات، وحماية البيانات، وحقوق الملكية الفكرية، كما يرتبط على المستوي الاجتماعي بقضايا المساواة في حق الوصول للمعلومات، والإعلام، وقضايا المحتوي، والحقوق اللغوية والثقافية، وحق المشاركة (Leslie,1999) (Kleinwaechter, 1998) ، فقد كان الجيل الأول عبارة عن نموذج مبسط للحق في الاتصال، تجسد في المطالبة بالحق السياسي في حرية المعلومات، وفي الحصول عليها بدون رقابة، وهو ما ظهر في دساتير الدول الديمقراطية في القرن الثامن والتاسع عشر، وفي الاتفاقيات الدولية لحقوق الإنسان في القرن العشرين. وبدأت المرحلة الثانية مع الثورات الاجتماعية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، ومع تطور الصناعة، وهي المرحلة التي كشفت عن إن الالتزام بعدم ممارسة الرقابة لم يضمن الحق في الاتصال، وأنه بدون الحصول على الحق في التعليم والثقافة وغيره من الحقوق، فإن الحقوق السياسية والفردية تظل محدودة القيمة، وقد ضمنت الاتفاقية الدولية للحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للأمم المتحدة في 1966 هذه الحقوق، ولكن لم تصدق عليها سوي ثلثي الدول الأعضاء في الأمم المتحدة.

وفي النصف الثاني من القرن العشرين بدأ النقاش حول الجيل الثالث للحق في الاتصال، وهو الذي يربط بين مفهوم الاتصال، وبين بعض القيم الإنسانية الجماعية الأخرىٰ مثل السلام الدولي والتنمية والبيئة، وتم إعادة النظر في المفهوم التقليدي للحق في المعلومات، حيث نظر إليه باعتباره حقًا تفاعليًا أو تبادليًا، يكون فيه لكل من المرسل والمتلقي ذات الحقوق، وكذلك باعتباره حقًا فرديًا وجماعيًا، وهو ما تمت صياغته في عدد من الإعلانات والقرارات الدولية التي صدرت عن مؤتمرات اليونسكو، والجمعية العامة للأمم المتحدة، ولكنه أثار الكثير من الجدل والنقاش. ومع تفجر ثورة المعلومات، ودخول البشرية عالم الفضاء الإليكتروني، وزيادة تشبيك العالم رقميًا، ظهر

الجيل الرابع من مفهوم الحق في الاتصال، بصورة مغايرة، وأكثر تعقيدًا، وأكثر تشابكًا مع غيره من القضايا الاتصالية، كما ظهرت للوجود قضايا وإشكاليات جديدة، ذات صلة وثيقة بمفهوم الحق في الاتصال (Kleinwaechter,1998) (Leslie,1999)، بالإضافة إلى الإشكاليات الكثيرة التي أثارتها "لجنة ماكبرايد"، منذ ما يقرب من ربع قرن، ولكنها لم تركز عليها بالقدر المطلوب، ومن بينها قضايا تحرير قطاع الاتصالات، وتقلص مضمون السيادة الوطنية، وتفاقم المساس بالحياة الخاصة، والاعتداء على الحقوق الفكرية والأدبية، وصعوبة ممارسة التجارة الإليكترونية، دون حماية لحقوق الملكية الفكرية، وتكاثر جرائم الحاسوب، وزوال الحدود بين الشمال والجنوب، وارتباط مستقبل الإنسانية بالإنترنت، وغير ذلك من القضايا الحساسة التي لم تشر إليها "لجنة ماكبرايد"، أو لم تركز عليها بالقدر المطلوب (المصمودي، 1997: 245).

4- لم يستقر الرأي حتى الآن حول مفهوم الحق في الاتصال، سواء قبل ثورة المعلومات، أو في غضونها، فبينما لا يزال يقصره البعض على حرية الاعتقاد والرأي والتعبير بما فيها حرية الصحافة، وحرية تداول المعلومات، والحق في الخصوصية، فإن البعض الأخر ينتقد هذه الرؤية، ويرى أنها قديمة وتقليدية، وأن الحق في الاتصال يتضمن أيضًا الحق في الوصول للشبكات العالمية، والحقوق اللغوية والثقافية، وحقوق الملكية الفكرية (Birsdall, 1998)(Stavenhagen, 1998 (Niec, 1998))(Leslie,1999)، وأنه مع زيادة الخطاب الإعلامي المتعلق بثورة المعلومات، وانتشار البنية التحتية المعلوماتية العالمية، يجب أن يتأسس مفهوم جديد للحق في الاتصال، على مستوى دولي وبشكل عاجل (Leslie,1999) كما ينبغي توسيعه ليشمل حق الوصول العالمي Universal access لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (Clement, Shade, 1997, 1999)، وللشبكات العالمية، أو ما يعرف بحق الوصول Right to Access وحق المشاركة في وسائل الاتصال، وفي صناعة القرار الاتصالي، والحق الملكية الفكرية الرقمية Digital Intellectual Property، والحق في الخصوصية، وحرية التعبير الإليكتروني، وبالرغم من أن معظم هذه المبادئ حظت باهتمام كبير في السبعينات والثمانينات في ظل النظام الإعلامي العالمي الجديد، إلا إنه زاد الاهتمام بها مع الاحتفال الخمسيني للإعلان العالمي لحقوق الإنسان (Leslie,1999).

5- تكشف مراجعة مسيرة البشرية منذ إقرار الميثاق العالمي لحقوق الإنسان عام 1948، عن أن ما يجري اليوم هو نقيض لكثير من نصوص هذا الميثاق، وما تلاه من اتفاقيات دولية، وعلي سبيل المثال فإن حركة التدفق المعرفي والثقافي، مازالت تجري في اتجاه واحد من الشمال إلى الجنوب، متناقضة مع نص المادة 19 من الميثاق العالمي لحقوق الإنسان، وهي التي تنادي بحق كل إنسان في التمتع بحرية الرأي والتعبير، وحرية اعتناق الآراء والحصول على الأفكار والأخبار ونقلها وتبادلها مع الآخرين بلا حدود (صلاح حافظ، 1999)، كما زادت مخاطر الهيمنة والاختلال وعدم التوازن في ضوء ثورة المعلومات، عما كانت عليه في الماضي، وتصاعدت أوجه الانسياب الرأسي، والأحادي الجانب، وغير المتوازن للمعلومات من أعلي إلى أسفل، ومن المراكز إلى الأطراف، ومن الحكومات إلى الأفراد، ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافات التابعة، ومن الدول الغنية تكنولوجيا في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب، كما تفاقمت حالات الفجوة الرقمية بين الشمال والجنوب، وذلك من خلال سيطرة قوي محدودة ومعدودة على قنوات الاتصال الأساسية (Tussu, 2000: 259)، وهو ما يساعد في الترويج لأيديولوجيات الدول الغربية الغنية المتقدمة، ويشكل هيمنة طاغية ومحتكرة، تتناقض مع المفاهيم الأصيلة للحق في الاتصال، وتنتهك أبسط حقوق الإنسان على المستوي العالمي، كما أن الحقوق الإعلامية التي تنص عليها هذه المواثيق والإعلانات الدولية، لم تعد وحدها كافية لضمان تحقيق ديمقراطية الاتصال في ظل النظام الإعلامي العالمي الراهن، في وقت لم يتم فيه إرساء سلسلة من الحقوق الفردية والجماعية بعد، ولم يوضع لها الإطار التشريعي الذي ينظمها، مثل حق المشاركة في المستويات المختلفة للعمليات الاتصالية، وحق الخصوصية (عواطف عبد الرحمن، 1994: 81)، وحق التعبير الإليكتروني، وحماية الملكية الفكرية في العصر الرقمي، وحق الوصول العالمي.

6- تغير طبيعة القوي الفاعلة في صناعة السياسات الاتصالية في العالم، فصياغة سياسات الاتصال، والحوار العالمي حول الحرية الإعلامية، وتدفق المعلومات، والخصوصية الثقافية، والتي كانت دومًا تتم في إطار المنظمات الأممية المعنية بالثقافة

والعلوم والتربية "اليونسكو"، والاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (وهي منظمات تهتم إلى حد ما بالبعد الاجتماعي والثقافي لتقنيات المعلومات والاتصال، وكانت منبرا للحديث عن مصالح الدول النامية)، انتقلت من هذه المنظمات إلى المنظمات التجارية والاقتصادية، حيث ضعف في السنوات الأخيرة موقف هذه المنظمات، لتفضيل القوي الفاعلة في صناعة سياسات الاتصال "منظمة التجارة العالمية"، وصندوق النقد الدولي، وصندوق البنك الدولي، كمقر لاتخاذ القرارات المتعلقة بها، فأمام القيمة الاقتصادية المتزايدة لشبكات الاتصال وخدمات المعلومات، والتي تقدم دعمًا كبيرًا لأسواق المال والسلع، انتقل الحوار حول جوانب مهمة من سياسات الاتصال إلى هذه المنظمات، وذلك في ظل زيادة تحول سوق الاتصال للنظام التجاري والاقتصادي العولمي، والسعي لتقليل درجة التدخل العام للحكومات في صياغة سياسات الاتصال، وتعظيم حرية قوي السوق إلى أقصي حد، في وقت حقق فيه السوق العالمي للمعلومات والاتصال، دخلا يصل إلى أكثر من 2,2 تريليون دولار في عام 1999 (Hamelink,2000)، وهو ما يؤثر بشدة على الخطط القومية الخاصة بكل دولة لنشر وتبني تقنيات المعلومات والاتصال، وخاصة بين دول الجنوب.

ومن ناحية أخرى، انتقل جانب كبير من النقاش حول طبيعة النظام الإعلامي العالمي الجديد إلى داخل الولايات المتحدة، وأصبحت تمثلا فاعلاً مؤثرًا في توجيه السياسات الاتصالية في العالم، في مجالات عديدة منها تشريعات الملكية الفكرية، وسياسات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وخصخصة أسماء مواقع الإنترنت وغيرها. وفي ذات الوقت، تضاءلت فاعلية دول العالم الثالث في تشكيل معالم هذا النظام، بفعل ضعف بنيتها الاتصالية التحتية، ولكن ظهرت قوي فاعلة أخرى جديدة على ساحة الاتصال والإعلام، بعيدة عن التدخلات الحكومية، والمنظمات الأممية، تثري الساحة الإعلامية بمبادرات ومواثيق ومفاهيم جديدة، بعضها جاء تطويرًا لقوي سادت في الثمانينات والتسعينات مثل المائدة المستديرة لماكبرايد، وأصوات 21، وميثاق الاتصال للشعوب، وبعضها يمثل توجهات جديدة نشأت بفعل ثورة المعلومات

والاتصال مثل الحملة الدولية لتحرير الإنترنت، ومحترفي الكمبيوتر للمسئولية الاجتماعية (CPSR)، والبعض الثالث يسعى لتعميق الصلات بين المنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني وبين المنظمات الدولية مثل اتحاد حقوق الاتصال في مجتمع المعلومات، واتحاد الاتصال التقدمي (PCA)، كما أدي زيادة استخدام المنظمات غير الحكومية للمعلومات وتكنولوجيا الاتصال إلى تأكيد الحاجة لإقرار نظام دولي جديد يركز أساسًا على حقوق الاتصال(Simmons,1998)

7- ظهور العديد من المصطلحات الإعلامية والاتصالية الحديثة ذات الصلة الوثيقة بمفهوم الحق في الاتصال، بعضها لم تحسم معالمه بعد مثل الانقسام الرقمي أو الفجوة الرقمية Digital Divide، والحق في الوصول Right to Access وحق الوصول العالمي Universal access أو الخدمة العالمية Universal Service، وبعضها بدأ يتخذ معالم جديدة مثل حق الإعلام وتداول المعلومات، وما يرتبط به من التدفق الحر للمعلومات Free Flow of Information، وخاصة فيما يتعلق بما وراء الحدود Regardless of Frontiers، والبعض الثالث مازالت أبعاده تتشكل في ضوء ثورة المعلومات مثل حق الملكية الفكرية، والحق في حماية الخصوصية، والحق في التعبير الإليكتروني، والبعض الرابع، يستخدم بشكل مضلل مثل مصطلح القرية العالمية Global village، ومجتمع المعلومات العولمي Global Information Society، والبعض الخامس، أصبح يمثل ظاهرة ومحورًا أساسيًا في تشكيل الساحة الاتصالية الدولية مثل الرقمنة Digitalization، والعولمة Globalization، وتحرير الأسواق أو الخصخصة أو الليبرالية Liberalization، والاندماج Consolidation، وهو ما يعني ضرورة إعادة قراءة هذه المفاهيم في ضوء واقعها الجديد، بالتركيز على علاقتها بالحق في الاتصال.

8- في ضوء ثورة المعلومات، وما أحدثته من تغيرات جذرية على طبيعة وسائل الإعلام التقليدية، وما أفرزته من وسائل اتصالية جديدة ، كالإنترنت، وما تقوم به من دور هام في نقل الأفكار والآراء والأنباء، وترويج القيم الثقافية والرسائل الإعلامية،

بلا حدود أو قيود، يصبح من الضروري إعادة قراءة وتحليل مفهوم الحق في الاتصال، للكشف عن معالمه الجديدة، وحدوده، وتأثير هذه الوسائل الاتصالية الجديدة عليه، وطبيعة التحديات التي تواجهه، في وقت تتباين فيه الرؤى حول تأثير ثورة المعلومات على عملية الاتصال برمتها، فبينما يرى البعض أن المضامين الاجتماعية والمعرفية والمعلوماتية والثقافية والاقتصادية لثورة المعلومات، سوف تخلق عالمًا مغايرًا عما سلفه، سواء في منظومته العامة، أو في طبيعة اتصالاته، أو آلياته، وأنه سيصبح أكثر عدالة ومساواة (Tussu,2000:260) (Cairncross,1997)، فإن البعض الأخر يتبنى رؤية سلبية وتشاؤمية، تشير إلى إفراز هذه الثورة المعلوماتية لمشكلات اقتصادية واجتماعية خطيرة، وأصحاب الرؤية الأولى يؤمنون بالحتمية التكنولوجية وبالدور المركزي لها (Copmetition, 2001)، وبقدرتها على إعادة صياغة المجتمع الإنساني من جديد (Yu, 1994, 64)، ويرصدون إيجابيات ثورة المعلومات، ويعددونها في عولمة الاتصالات، وزيادة حركة التدفق المعرفي والمعلوماتي، وزيادة الترابط الإعلامي بين مختلف أنحاء العالم، وظهور أشكال جديدة من التواصل الإعلامي، ودخول شرائح جديدة من البشر في دائرة المشاركة المعرفية، وظهور ما يسمي بديمقراطية الإعلام المرئي والمسموع، بينما يرصد أصحاب الرؤية الثانية، مظاهر التفاوت الهائل بين المتحكمين في موارد العالم وثرواته وقراراته في شمال العالم وجنوبه، ووجود فجوة رقمية كبيرة بين من يمتلكون المعلومات info-haves، ومن لا يمتلكونها info have-notes، ويقولون إنه بينما جلب مجتمع المعلومات معه مفاهيم جديدة قائمة على الانفتاح والحرية والوفرة المعلوماتية والتجانس، فإنه جلب أيضا تعدد وتنوع آليات الرقابة الإليكترونية، واختراق الخصوصية، ومخاطر حماية المعلومات، وجرائم الشبكة، كما تزايد الاتجاه نحو تحويل الثقافة و المعلومات إلى سلعة تجارية يطبق عليها آليات السوق (Robins and Webster, 2001)، وأنها تنقل للفرد كما من المعلومات أكبر بكثير من طاقته ووقته وقدرته على استهلاكها ، أو ما يعرف بالقلق المعلوماتي (Lundark, 1998).

ومن ناحية أخرى، تباينت مواقف الدول من التعامل مع هذه الثورة المعلوماتية

الجديدة، فبينما بدأت دول كثيرة منذ ثمانينات القرن العشرين في وضع سياسات وبرامج، تسعي للحصول على نصيبها في الاتصالات الدولية عن طريق الأقمار الصناعية، والشبكات التي تتدفق منها المعلومات عبر الحدود، في ظل شعور بالخوف من أن تنطوي هذه التقنيات على مخاطر اجتماعية، مثل الاستعمار الثقافي، وتآكل خصوصية الفرد وانحسار السيادة القومية، إلا إنه مع نهاية الثمانينات بدا أن هذه المخاوف قد تضاءلت، وبدأت مرحلة جديدة في التسعينات تميزت بشعور أقوي من الخوف، من أن تتخلف وتنعزل عن نظام الطريق السريع الرقمي الناشئ على مستوى العالم، وفي ظل اعتقاد يرى إنه بدون اللحاق بهذا النظام، فإنه لا يمكن لأية دولة أن تنافس اقتصاديا في التجارة العالمية، ومن ثم بدأت كثير من الدول المتنامية، تندفع نحو الاهتمام باللحاق بالثورة الرقمية، بيد أن هذا التحول كانت له تأثيرات كبيرة: اتصالية واجتماعية وثقافية، بعضها اتضحت معالمه، والبعض الأخر مازال في طور التكوين.

9- تزايد الاهتمام باستكشاف واقع وطبيعة الحق في الاتصال على وسائل الاتصال الجديدة والإنترنت، وهو أمر يتسق مع تحول اهتمامات بحوث الاتصال من فترة زمنية إلى أخرى، ففي بداية القرن العشرين ركزت على الصحافة ، ثم الفيلم والراديو في الثلاثينيات، وفي الخمسينات تركزت حول التليفزيون، وفي السبعينات والثمانينات، بدأت تهتم أكثر بتكنولوجيا الاتصال والوسائل الجديدة، ومنذ بداية التسعينات زاد الاهتمام باستكشاف طبيعة الحق في الاتصال على الإنترنت، وشبكات المعلومات الدولية والمحلية.

ومن ناحية أخرى، تغيرت هياكل ووظائف وآليات عمل وسائل الاتصال في ظل ثورة المعلومات، وأصبح من العسير الحديث عن تأثير وسيلة واحدة على الحق في الاتصال، في ظل اندماج وسائل الاتصال، وتكامل وتداخل وظائفها، وتغير خصائصها، حيث تجمع الوسائل الجديدة، بين خصائص الوسائل الصحفية والإذاعية والتليفزيونية، وتتميز بالتفاعل الاتصالي بين القائم بالاتصال والمُتلقي بدرجة تسمح للأخير أن

يمارس دورًا أكبر على أهداف ومضمون وشكل ووقت الاتصال، كما تسمح بتقديم خدمات متخصصة لعدد كبير من الجماهير صغيرة الحجم، كما ينتقل المنتج الثقافي والإخباري والترفيهي لهذه الوسائل عبر عدة مراكز للإنتاج، كما أصبح الحديث يدور حول كيفية إزالة الحواجز والحدود التي كانت قائمة بين مختلف النصوص التشريعية الخاصة بكل وسيلة على حده، إذ لم يبق مجالاً للفصل بين تأثير قانون الصحافة، وقانون الأجهزة السمعية والمرئية، وقوانين الاتصالات السلكية واللاسلكية، والقوانين المختلفة المتصلة بالمعلوماتية وحماية الملكية الفكرية والإبداع الفني.

10- تزايد مكانة الدور الذي تلعبه تقنيات المعلومات والاتصال في تنمية العديد من الدول، باعتبار إن لها صلة وثيقة بالنمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للدول (Hamelink, 2000)، في ظل توجه دولي للاهتمام بدورها في التنمية والتحديث، مع تحول مفهوم التنمية للتركيز على تنمية البشر، كما أعلن عن ذلك البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة عام 1990، كبديل للمفهوم الذي كان يركز على النمو الاقتصادي، ونتيجة لهذا التحول في المفهوم أعيد صياغة مفهوم الفقر ليشمل أبعادا جديدة مثل انخفاض المستوى الصحي والتعليمي والحرمان المعرفي والاتصالي، وغياب القدرة على ممارسة الحقوق الإنسانية والسياسية، وغياب الكرامة واحترام الذات (Hamelink, 2000, 24)، وفى هذا السياق يقول Mark Brown مدير البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة إن استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وعلى الأخص الإنترنت لتحقيق التنمية الاجتماعية، يمثل أحد أولويات البرنامج الإنمائي في الألفية الجديدة، وذلك للإمكانات الكبيرة لهذه الوسائل في نقل التجارب المشتركة، وتحقيق تأثيرات اجتماعية غير مسبوقة لصالح البشرية، كما رأي تقرير التنمية البشرية لعام 1999 أن الهدف النهائي لهذه التقنيات هو تمكين البشر، وتعزيز قواهم وتنميتهم، من خلال إتاحة الفرصة أمامهم لاستخدام المعرفة المتاحة على مستوى العالم، والإضافة إليها (Brown, 2001)، واعتبرها تقرير التنمية الدولية المسئولة بالدرجة الأولى عن التراكم المعلوماتي والمعرفي في المجتمع المعاصر، لما تتسم به من قدرات فائقة على تخزين وتنظيم وتوثيق ونشر المعلومات،

(World Development Report 1998/1999)، إلا أن هذا الدور يصطدم بتحديات عديدة أهمها الفجوة الرقمية وعجز الدول النامية عن المشاركة في إنتاج و اكتساب و توزيع و استهلاك المعرفة في شكلها التقني الجديد، نتيجة لظروفها المادية والاجتماعية، وهو ما دعا البنك الدولي والاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية لطرح عدة مشروعات تهدف إلى تضييق الفجوة بين الدول الغنية و الفقيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (Selvin, 2000)، بيد أن الواقع يكشف عن اتساع هذه الفجوة يومًا بعد يوم.

كما أصبحت صناعة تقنيات المعلومات والاتصال من أكثر الصناعات أهمية في العالم وأسرعها نموا، فمن بين أكبر الشركات الخمسين في العالم، هناك عشر شركات لتقنيات المعلومات والاتصال، وهذه الشركات تمثل 17,5٪ من عائدات أكبر الشركات الخمسين في العالم، و 23٪ من إجمالي الأرباح، و 26٪ من مجموع عدد العاملين، كما تعد صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية وأشباه المواصلات، وأجهزة الحاسوب من بين أكثر الصناعات نموا في اقتصاديات السوق الناشئة، ومن بين شركات القمة المائتين في هذه الاقتصاديات، هناك اثنتان وعشرون لتشغيل سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية، وعشر شركات لتصنيع المنتجات الإليكترونية ، كما زادت معظم الدول الصناعية الإنفاق بشكل كبير على أجهزة ووسائل تقنية المعلومات والاتصال، كجزء من الإنفاق الكلي على أدوات ووسائل قطاع الأعمال، ففي الولايات المتحدة مثلا أرتفع هذا الإنفاق من أقل من 5٪ في عام 1960، إلى أكثر من 45٪ في عام 1996، كما تحقق النشاطات ذات الصلة بهذه التقنيات نصيب متزايد من إجمالي الإنتاج المحلي، حيث مثلت 8٪ تقريبًا من إجمالي الإنتاج المحلي الأمريكي في عام 1997، كما ارتفعت الاستثمارات على مستوى العالم في مجال الاتصال السلكية واللاسلكية من 115 ألف مليون دولار في عام 1990 إلى 152 ألف مليون في عام 1995 (الاتحاد الدولي للاتصالات، 1997)، ويتراوح نصيب صناعة تقنيات المعلومات والاتصال في اقتصاد العالم ما بين 10٪ إلى 15٪ من إجمالي التجارة العالمية، وفي العديد من قطاعات تقنيات الاتصال والمعلومات،

تظهر السوق العالمية معدلات نمو سريعة، فسوق أجهزة الحاسبات والبرامج يزيد بنحو 15٪ سنويًا، ووصلت عائدات صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى 1400 مليون دولار في عام 2000 (Hamelink, 2000).

11- بالرغم من الإمكانيات التي تتمتع بها ثورة المعلومات في مجال تفعيل الحق في الاتصال، فإن ثمة تحديات عديدة تواجهها، من بينها كيفية تحقيق المساواة في التمتع بهذا الحق في ظل زيادة المنافسة والطابع التجاري للمعلومات، وتزايد خطر استبعاد عدد كبير من البشر من الانتفاع بثورة المعلومات (Philippe, 1998)، وكيفية تحقيق مفهوم الوصول العالمي للشبكات العالمية للاتصال، بينما يفتقر غالبية البشر لأبسط موارد الاتصال بغيرهم؟ وكيفية تحقيق استفادة حقيقية من هذه الثورة المعلوماتية والشبكات العالمية، في وقت يجهل فيه الكثيرون كيفية التعامل معها؟ وكيفية تحقيق التوازن بين مفهوم الحق في الاتصال والمشاركة في تداول المعلومات وتناقلها وبين المفاهيم السائدة حاليًا والقائمة على الربح والتجارة في المعلومات والمعرفة (Dick, 2000)؟ وكيفية تطوير الاستخدامات الاجتماعية والاتصالية لتكنولوجيا المعلومات بدون التضحية بحماية الخصوصية الفردية؟، وكيفية تشجيع الإبداع والتأليف والابتكار بدون حرمان أصحابه من التمتع بحقوقهم، وكيفية حل المعادلة الصعبة بين إتاحة المعلومات والمعرفة للجميع، وبين الحفاظ على حقوق المنتجين والمبدعين وغيرهم؟ وكيفية تحقيق تدفق معرفي وإعلامي حقيقي في ظل التناقض الحادث بين تمتع تقنيات المعلومات والاتصال بإمكانيات كبيرة على تحقيق تدفق تفاعلي ومتعدد الاتجاهات، وبين الفجوة الهائلة القائمة بين من يمتلكون هذه التقنيات، وبين ما لا يمتلكونها من جهة، وبين القدرة على تطوير تقنيات تكنولوجية مضادة تحجب وتمنع هذا التدفق، ومن ثم تحجم قدرة الفرد على التمتع بكامل حقوقه الاتصالية؟، وكيفية الحفاظ على التنوع الثقافي واللغوي في مجتمع المعلومات، الذي تهيمن عليه ثقافة ولغة واحدة، تهدد القيم والعادات والثقافات المحلية الأخرى، فعلي سبيل المثال، فإن 90٪ من قواعد البيانات على الإنترنت بالإنجليزية، و 77٪ من مواقعها بالإنجليزية أيضًا (Philippe, 1998).

المبحث الثاني
الحق في الاتصال على الإنترنت

أولاً: واقع مفهوم الحق في الاتصال في إطار الظواهر الإعلامية السائدة في ساحة الاتصال الدولي

تلقي الظواهر الإعلامية السائدة في الساحة الدولية الاتصالية في الوقت الراهن بظلالها على مفهوم الحق في الاتصال وأبعاده، ومن بين أبرز الظواهر التي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال: العولمة، والرقمنة وتحرير صناعة الاتصال، والاندماج، ويمكن رصد انعكاسات هذه الظواهر ، على الحق في الاتصال كالتالي:

(1) العولمة:

وهي ظاهرة تشير إلى عملية متشابكة الأبعاد الاقتصادية والسياسية والثقافية والإعلامية، وتستهدف دمج الثقافات والمؤسسات والجماعات والأفراد في سوق عالمية واحدة في إطار النظام الرأسمالي الحر، ونمط الديمقراطيات الغربية، وتراجع دور الدولة القومية (Mowlana, 2001). وللعولمة انعكاسات متعددة على الحق في الاتصال من بينها:

- تؤدي العولمة من الناحية السياسية إلى إفساح المجال أمام التعددية السياسية وحرية التعبير والإعلام، في إطار مبدأ السوق الحرة للأفكار، وفي هذا الصدد تمثل تكنولوجيا المعلومات تحولا كبيرا، حيث تعزز قدرة الأفراد والجماعات، بينما تقلص من السلطات التقليدية للدولة، وهو ما يساعد على مزيد من الحرية الممنوحة للأفراد، في تداول المعلومات والآراء فيما بينهم، بيد أن الخطورة تكمن في إحلال الشركات متعددة الجنسيات تدريجيا محل الدولة، وخضوع السوق العالمية للدول

الأقوى التي تحتكر تدفق المعلومات، والأسواق المالية، وتخطي حدود السوق الجديدة، حدود الدولة القومية، حيث أصبح العالم كله مجالاً لتسويق السلع أو الخدمات أو الأفكار، وهو أمر يحول الاتصال إلى سلعة وتجارة، يتأثر مضمونها وقيمها بمتطلبات السوق.

- عولمة صناعة القرار، حيث تتمتع بعض المنظمات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية والويبو، والبنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، بمكانة دولية كبيرة في عصر ثورة المعلومات الرقمية، وهي بدورها تخضع لسيطرة الدول الصناعية الكبرى، مع تراجع مكانة الأمم المتحدة ، ووكالاتها المتخصصة، وهو ما يضع تحديات على حقوق الاتصال لميل هذه المنظمات للتأكيد على المصالح التجارية، وعدم اهتمامها بشكل كاف بالقيم الثقافية والاجتماعية والسياسية ، وفرضها لتحديات لم تقرها بعد القوانين الوطنية في دول كثيرة، ومن المتوقع أن تزداد الاعتراضات على ما يتعلق بقرارات هذه المنظمات، إزاء حق الخصوصية وحرية التعبير، والملكية الفكرية في السنوات القادمة (Rotenberg, 2000). كما تغيرت النظرة إلى قضية تنظيم وسائل الاتصال الجديدة، من حيث كونها وسيلة للرقابة وعائق أمام التدفق الحر للمعلومات، إلى كونها أداة ضرورية لإحداث التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة لحماية حرية المعلومات، ومن بين أشكال التفاهم والتنظيم الدولي مذكرة الاتحاد الدولي للاتصالات في 1997 بشأن أسماء المواقع على الإنترنت، والاتفاقية المتعلقة بالاتصالات العالمية للأجهزة الشخصية المحمولة عبر الأقمار الصناعية، كما تبنت منظمة التجارة الدولية وسيلتين مهمتين لتحرير تجارة المعلومات ومنتجات وخدمات الاتصالات في 1996، و1997.كما أثارت منظمة الويبو قضية الملكية الفكرية على الإنترنت في 1996، كما بدأت هذه المنظمات الدولية الثلاثة تفتح أبوابها لعضوية المنظمات غير الحكومية، وخاصة من القطاع الخاص، وتبني المؤتمر الدولي، الذي انعقد في بون، في عام 1997، ثلاثة إعلانات تمثل المبادئ الأساسية للاتصال الدولي عبر الشبكات العالمية. وبينما تركز النقاش في العقدين الماضيين حول إزالة

التشريع القديم بهدف تحرير التدفق الحر للمعلومات وخدمات الاتصال عبر تحرير الاتصالات، فإن ثمة مؤشرات على أن العقد القادم سيشهد إعادة تنظيم لضمان التدفق الحر للمعلومات، في ظل تصور بأن التنظيم لا يعني إعادة تقديم القوانين القديمة، وإن كان التصورات المحددة له لذلك، مازالت تقع في منطقة غير محددة المعالم بعد، وغير معروف قواعدها بعد (Kleinwnechter,1998) وإن كانت تتحكم فيها غالبًا المصالح الاقتصادية أكثر من المصالح السياسية والأيديولوجية.

- أدت العولمة إلى سيادة الحديث عن القرية الكونية التي ينتشر فيها جميع أنواع الاتصالات ، ولكن هيمنة ثقافة واحدة ولغة واحدة على الاتصالات التي تتم في هذه القرية، يشكل تهديدا للثقافات واللغات الوطنية الأخرى، وهو ما يحرم الكثيرين من حقوقهم اللغوية والثقافية والاتصالية والفكرية. وبينما أتاحت الكثير من الوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية، وقربت المسافات، وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري، متخطية قيود الوقت والمساحة، وأدت إلى خدمات اتصالية متحررة من النظم والقيود الحكومية، وفتحت المجال أمام تأسيس خدمات اتصال إليكترونية غير حكومية، لتعزيز القدرة على المنافسة في السوق الإعلامية الدولية، لكنها من ناحية أخرى، جعلت المنتج الثقافي والمعلوماتي والأخباري والترفيهي يتخذ طابعًا عالميًا واستهلاكيًا، بزعم الترويج للعولمة والكونية والثقافة العالمية، كما أدت إلى تحويل دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني، كما أدت عولمة مصادر الأخبار والمعلومات، وتركزها في عدد قليل منها، وترويجها لعولمة الأسواق الدولية، وتمحورها حول نمط واحد ، هو نمط السوق الحر، إلى تجانس نوعية الأخبار التي تقدمها، والآراء التي تطرحها، وتدفق الأخبار في اتجاه واحد، وغلبة الترويج للثقافات المهيمنة على هذه المصادر، وقيمها واختياراتها ولغتها، مما لا يتيح مجال أكبر للتنوع والمساهمة والتمتع بالحقوق الاتصالية لعدد كبير من البشر.

(2) الثورة الرقمية أو الرقمنة Digitalization:

وهي ظاهرة جديدة تشير إلى نمو التكنولوجيا الرقمية في التسجيل والحفظ والنقل للصور والكلمات والنصوص والبيانات، ويساعد النقل الرقمي للبيانات والمعلومات على سرعة تداولها، وتسجيلها، وتخزينها بمراحل تفوق ما كان يتم باستخدام التكنولوجيا التقليدية، فضلاً عن المرونة، والإعتمادية، والتكلفة القليلة، وزيادة سعة وقدرة قنوات الاتصال، وهو ما يعني تحول جديد في وسائل الاتصال وطرق عملها، وفي عملية نقل وتدفق المعلومات عبر الحدود، فضلاً عن مساعداتها في إقامة البنية التحتية الضرورية واللازمة لما يعرف بالطريق السريع للمعلومات، والشبكة العالمية الكونية، وهو مشروع يحظي باهتمام الدول الغربية وخاصة الولايات المتحدة. وللثورة الرقمية انعكاسات عدة على الحق في الاتصال من بينها:

- يتيح تعدد وتنوع قنوات الاتصال وزيادة قدراتها الاستيعابية، وسرعة ومرونة تعاملها مع المادة، سواء أكانت نصوصا أم صورًا أم أصوات أو غيرها، زيادة نوعية الخيارات المتاحة أمام الفرد، وتنوع طرق تلقيه للمعلومات، و إمكانية تفاعله مع مصدرها، من خلال عدة تطبيقات متنوعة من الوسائط المتعددة، فضلاً عن الوفرة الهائلة من المعلومات، والقدرة على استغلالها وتوظيفها بعدة طرق، بيد أن هذا يثير من ناحية أخرى، قضية التخمة المعلوماتية، وما يعرف بالقلق المعلوماتي.
- بينما تزيد الرقمنة من إتاحة وتوفر المعلومات على المستوي العالمي، فإنها تزيد الهوة بين دول وفئات ثرية بالمعلومات وأخري فقيرة، وخاصة في دول الجنوب، والتي تفتقر إلى البنية التحتية الأساسية في مجال الاتصال، والتي يمكن أن تساعدها على استيعاب التدفق المعلوماتي والمعرفي بشكله الجديد، وهو ما يحرم مواطني هذه الدول من حقهم في تلقي المعلومات واستقبالها وتوظيفها بالطريقة التي تلائمهم.
- تثير الرقمنة قضية حماية الخصوصية، حيث أصبحت المعلومات الخاصة بالأفراد متاحة بطريقة غير مسبوقة على الطريق السريع للمعلومات، والشبكات الإليكترونية، وبالرغم من زيادة الاهتمام بالتشريعات التي تسن لحماية هذه الخصوصية، فإنها لا

تزال غير قادة على مواجهة مضاعفات هذا التطور الرقمي (Hamelink,1995) في ظل خلافات حول مفهوم الحق في الخصوصية، وتصاعد خطورة استخدام وسائل التكنولوجيا الرقمية في فرض مزيد من الهيمنة على الدول التي تفتقر لهذه الوسائل، من خلال القدرة على اختراق شبكاتها، والوصول إلى أدق البيانات والمعلومات الخاصة بها، مما قد يقوض سيادتها .

- أدت التكنولوجيا الرقمية إلى إثارة قضية أمن وسلامة المعلومات، التي يتداولها الأفراد، والتي على أساسها يبنون آرائهم وأفكارهم واتصالاتهم، إذ جلبت هذه التكنولوجيا معها عدة مخاطر من بينها فشل التكنولوجيا ذاتها، وتعرضها لمخاطر القرصنة والهكرة وجرائم الكمبيوتر والفيروسات وتعطل أنظمة العمل، والشبكات، وفقدان الاتصال فيما بينها، وهو ما قد يؤدي إلى خسائر فادحة، وإلي التأثير على تدفق المعلومات وأمنها وسلامتها ودقتها.
- بالرغم من أن وسائل الرقمنة تعني أن تكنولوجيا المعالجة ونقل المعلومات بدأت في استخدام نفس اللغة، وأن هذه اللغة الرقمية تسهل اندماج أجهزة الحاسبات والاتصالات السلكية واللاسلكية، والإليكترونيات السمعية والبصرية، ومن ثم تصبح متطابقة من الناحية الفنية، فإن هذا الاندماج ، يثير مشكلات تنظيمية معقدة فيما يتعلق بالتشريعات الخاصة بوسائل الاتصال، ومدي جودة الخدمات المعلوماتية والاتصالية المقدمة للأفراد، ومن ناحية أخرى، فإن هذا الاندماج بين وسائل الاتصال، يجعلها تخضع برمتها، في أيدي فئة قليلة من منتجي المعلومات والأخبار، وهو أمر يزيد من احتكار تكتلات إعلامية معينة لسوق الاتصال وتحكمها في ممارسة الأفراد لحقوقهم الاتصالية، وفق تكلفة أقل، وجودة أعلي.

(3) الاندماج:

شهدت السنوات القليلة الماضية بروز شركات عالمية عملاقة وتبنيها لاستراتيجيات التحالف أو الدمج ، كوسيلة للسيطرة على الأسواق، أو لمواجهة المنافسين، وفي ظل

تزايد الاتجاه نحو إدارة بلا حدود جغرافية، وخاصة مع تطور شبكات المعلومات والاتصالات والتجارة الإليكترونية، وهو ما يترك تأثيرات كبيرة على حق الوصول لوسائل الاتصال، ومدي تنوع سوق الاتصال، وكم الخيارات المعرفية والثقافية التي يطرحها، ومدي تمتع الإعلاميين بالاستقلالية في عملهم. ومن بين أبرز الصفقات التي عقدت في بداية عام 2001 اندماج شركتي أمريكا أون لاين وتايم ورانر، بصفقة قدرت 365 مليار دولار، وفي سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية، تتحكم خمس شركات فقط في 50٪ من المبيعات، وكذلك في سوق أجهزة المحولات الهاتفية العامة تتحكم خمس شركات في 76٪ منه، وهكذا

ولظاهرة الاندماج والتركز انعكاسات على الحق في الاتصال من بينها:

- يؤدي انتشار ظاهرة الاندماج بين الشركات العاملة في مجال الاتصال إلى تحجيم الخيارات المعلوماتية والمعرفية المطروحة أمام الأفراد، فالاحتكار داخل هذه الأسواق، يعيق المنافسة، ويمنع تعدد القوي المنتجة للخدمات المعلوماتية والمعرفية، وهو ما يحجم من البدائل المطروحة أمام الجمهور، كما أن تحكم الشركات العملاقة في سوق الاتصالات، يجعلها تفرض أسعارها على ما تقدمه من خدمات، وهو ما يزيد من تكلفة الحصول على المعلومات، ويصعب من قدرة الأفراد على التمتع بالحق في الاتصال، ويجعل من معيار الدخل الفردي عاملا مهمًا في التمتع بهذا الحق، كما يوجد فئتين من الناس: ثرية بالمعلومات وفقيرة إليها، كما يقوض بشدة عدد خيارات القنوات المتاحة للناس للتعبير ، وتلقي الآراء، فمن السهل في الأسواق المركزة رفض توزيع آراء معينة، وتبني أفكار القوي المهيمنة والممولة والداعمة، وهو ما دعا البعض للمطالبة بالنظر بعيون نقدية لتأثير اندماج وسائل الإعلام في عدة شركات قليلة، متعددة الجنسيات ، على مفهوم الحق في الاتصال (Herman, McChesney, 1997) باعتبار أن هيمنة المحتوي الغربي، الذي تروج له هذه الشركات، يؤدي إلى تخلف الهويات الثقافية للعديد من الأمم (Leslie, 1999).

- تثير ظاهرة الاندماج والتركز عدة تساؤلات حول كيفية ضمان استقلالية العاملين في وسائل الإعلام، وعدم خضوعهم لضغوط ملاك وسائل الإعلام، والضغوط التجارية والاقتصادية؟، ومدي قدرتها على توفير قنوات كافية للجمهور لاستقبال المعلومات والآراء، وحمايته من الاستغلال التجاري للاحتكارات، ومدي سماحها بدخول أعضاء جدد للسوق الاتصالي، فالاحتكار بطبيعته لا يتوافق مع حرية الرأي، وهو ما يمكن أن يقوض تنوع الإنتاج الثقافي والمعلوماتي، وينتهك تمتع الأفراد بحقوقهم الاتصالية.
- يؤدي اتجاه صناعة الاتصال الجماهيري إلى التركز في كيانات ضخمة، إلى امتداد هذا التركز من السلاسل الصحفية إلى شبكات الراديو التليفزيون ونظم الكابل والحاسبات الإليكترونية وصناعة الإليكترونيات، وفي حالات كثيرة تمتد أنشطة هذه الكيانات الإعلامية العملاقة إلى تملك إدارة أعمال أخرى ليس لها علاقة بصناعة الاتصال، وهو ما يؤدي إلى تشكيل كيانات جديدة بين ملاك المكونات المادية وملاك المحتوي الإعلامي، يؤثر على طبيعة الأخير، وتجد هذه الكيانات، في بعض المعلنين والمسوقين حليفًا استراتيجيًا، خاصة وأن هؤلاء الآخرين يفضلون الوسائل الإعلامية ذات الأبعاد العالمية للتعريف بمنتجاتهم وتسويقها، (الصادق رابح، 1999)، كما أسفرت هذه التحالفات عن ظهور مشكلات تنظيمية معقدة، تتعلق بطبيعة التشريعات التي تنظمها، وجودة الخدمات التي تقدمها

(4) تحرير صناعة الاتصالات وغلبة الطابع التجاري:

من بين الشواهد الأساسية في الخريطة الاتصالية في العالم حاليًا، الميل نحو تحرير صناعة الاتصالات، واتباع سياسة ليبرالية لدعم آليات السوق الحر ، والمنافسة المفتوحة، وممارسة التجارة في سوق الاتصالات بلا قيود، وتقليل تدخل الحكومات في صياغة السياسات الاتصالية إلى أقصي حد. وتهدف هذه السياسات إلى تحقيق ما يعرف بالوصول العالمي، والتعامل مع الخدمات المعلوماتية كسلع تجارية. وقد بدأ التوجه نحو هذه

السياسات منذ الثمانينات، كما مثلت محورًا أساسيًا في جولة مفاوضات الجات بأوراجوي، والتي انتهت في ديسمبر 1993، بالدعوة إلى تحرير الأسواق عبر العالم لمقدمي الخدمات، ومن بينهم مقدمي خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية والسمعية والبصرية. وظهر مفهوم جديد هو خصخصة وسائل الإعلام ، بفعل التوسع في استخدام التليفزيون الكابلي، والقنوات التليفزيونية الفضائية، وعوامل المنافسة، وقد تأثرت الدول النامية بهذا الاتجاه، وخاصة تلك التي لا تستطيع أن تطور شبكات الاتصال لديها بدون الاستثمارات والمهارات والتكنولوجيا الأجنبية ، حيث أصبح الحل الوحيد أمامها هو خصخصة وسائل الاتصال، ولكن مثل هذه الاتجاه مازال يواجه مقاومة سياسية، في هذه الدول، خاصة في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية، ولكن تتراجع هذه المقاومة مع الضغوط الدولية لتحرير الأسواق (حسن عماد، 1999).

ولتحرير صناعة الاتصالات انعكاسات عدة على الحق في الاتصال من بينها:

- بينما شهد العقد الأخير تزايدًا في عدد الدول ذات الأنظمة الاتصالية المتحررة، تحت تصور أن المنافسة تعزز التنوع والتعددية في وسائل الإعلام، إلا أن تخفيف السيطرة الحكومية، قد يعزز أيضا من تركيز الملكية، حيث تجبر التكاليف العالية للبرامج، والحاجة للإنتاج من أجل الأسواق العالمية، الشركات على التحالف والاندماج، وهو ما يؤدي إلى غياب التنوع والتعددية، ويؤثر بالتالي على التمتع بالحق في الاتصال. كما أن ليبرالية السوق وتحرره، لا تعني بالضرورة تفكيك التركز والاحتكار، بل قد تقود إلى تدعيمهما، ومع زيادة الاندماج بين الوسائل التكنولوجية، قد تكون النتيجة اندماج العديد من القنوات الاتصالية المنفصلة، وهو ما يؤدي إلى زيادة تأثير البعد التجاري والاقتصادي على المنتج الإعلامي والمعلوماتي، وسعي الأسواق الاتصالية لتلبية متطلبات القوي الاقتصادية، والمعلنين، وتقديم خدمات وبرامج تجارية واستهلاكية، لا تتفق مع الاحتياجات الاتصالية الحقيقية للأفراد.
- ومن ناحية ثالثة، فإن التزايد في هذا الاتجاه يؤدي إلى المزيد من تغلغل المؤسسات

الغربية في السوق العالمية، بما يجعلها في وضع أكثر سيطرة، ومن ثم تواصل هذه المؤسسات احتكارها للسوق العالمية في مجال الاتصال والإعلام (عواطف عبد الرحمن، الدراسات الإعلامية، 1998).

- ومن ناحية رابعة، ونظرًا لارتباط مفهوم الخدمة العالمية أو حق الوصول Universal access بالمفاهيم المرتبطة بالليبرالية والتحرير الاقتصادي، باعتبار أن فلسفته تقوم على تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، واضطلاع الشركات الخاصة بدور بارز في توفير حق الوصول لكل المواطنين، فإن السؤال المطروح هو مدى قدرة هذا القطاع على تحقيق هذا الهدف، وطبيعة تأثير التنافس الشرس بين الشركات العاملة في هذا القطاع على قدرتها على الوفاء بهذا الحق، سواء على المستوي المحلي أو الدولي.
- يخشى البعض من أن يؤثر غلبة الطابع التجاري على الخدمات المعلوماتية من تقييد حرية التعبير الإليكتروني على الإنترنت، من خلال زيادة تحكم القوي الاقتصادية والتجارية، في شئونها وإداراتها، مما يقلل من كم الآراء المطروحة على ساحتها، وحرمان الكثيرين من المشاركة في السوق الرقمي للأفكار الحرة، كما يتخوف البعض من أن يؤدي سيادة مفهوم الدفع مقابل كل خدمة إلى فرض رسوم وتكاليف على الخدمات المعلوماتية التي تقدم بشكل مجاني- مثل خدمات البريد الإليكتروني وسريته- مما يحد بشدة من عدد المشاركين في الاتصال والتعبير الإليكتروني، كما يؤدي إلى تصنيف الأفراد إلى مجموعتين من حيث القدرة على الاتصال، الفئة الأولى هي القادرة على الدفع ، وعلي الاتصال، والتمتع بالخصوصية، والفئة الثانية هي غير القادرة على الدفع وغير القادرة على الاتصال، وغير المتمتعة بالخصوصية (Rotenberg,2000).

وفيما يتعلق بتأثير خصخصة الاتصالات والمعلومات ومصادر المعرفة، على الملكية الفكرية، فقد شهد النظام العالمي في السنوات الماضية، اتجاه متزايدًا نحو فرض

إجراءات قانونية لحماية الملكية الفكرية الخاصة، والتركيز على جوانبها الاقتصادية ، أكثر من التركيز على اعتبارات المصلحة العامة، وإعطاء أولوية لمصالح المنتجين الكبار، على مصالح المبدعين الصغار والمستهلكين، ويأتي هذا الاتجاه في وقت بدأت تدخل فيه مصنفات الملكية الفكرية ضمن قواعد بيانات إليكترونية ضخمة، مما يجعل التعامل معها والانتفاع بها، أكثر تكلفة، ويمنع وصول أعداد كبيرة من الناس إليها، وهو ما يمثل امتدادًا للاهتمام بحماية حقوق المؤلف لتشمل كل أشكال النسخ الرقمي، ولكنه قد يحول أحد أبرز وسائل ثورة المعلومات "الإنترنت" إلى وسيط لجلب دخول لأصحاب هذه الحقوق، على حساب انتفاع الملايين من هذه الخدمات المعلوماتية والمعرفية، وذلك بتطبيق مبدأ "الدفع لكل رؤية" أو الدفع لكل "تصفح" ، وإن كانت المحاولات الدولية لحماية الملكية الفكرية، والتي لم تستقر بعد، تسعى لإحداث توازن بين مجموعة من التناقضات، إذ بينما تسعى لتوفير الحافز والدافع والتقدير لمنتجي المعرفة والمعلومات، فإنها أيضا يمكن أن تحد من التعامل مع المعرفة والمعلومات، في حال إذا ما اعتبرتها ملكية خاصة فقط، ونظرت إليها من منظور تجاري احتكاري بحت، وهو ما قد يؤدي إلى المزيد من تقييد التعامل مع المعرفة بدلاً من توزيعها ونشرها بشكل أفضل على الجمهور العام، ولكن من ناحية أخرى، فإن غياب الحماية القانونية، يمكن أن يحدث آثارا عكسية على الإنتاج الفكري والمعلوماتي والمعرفي، ويثني الكثيرين من المبدعين والمنتجين عن التعامل مع هذه التقنيات الجديدة، بيد أن المبالغة في الحماية يمكن أن يؤدي أيضًا إلى عدم تعامل العاملين في مجالات البحث والأكاديميين في الدول النامية مع هذه الشبكات الرقمية الجديدة (اليونسكو، 1997:88)، وهو ما قد يعوق تواصل أبناء هذه الدول مع غيرهم، ومن ثم يجب السعي نحو تحقيق توازن بين حق المبدعين في أن يستفيدوا من أعمالهم، وحق المستخدمين في أن تتاح لهم هذه الأعمال، وأن يستخدموها بحرية.

ثانيًا : الجهود الدولية الراهنة لتأسيس مفهوم جديد للحق في الاتصال

يشهد العالم منذ بدء التسعينات من القرن الماضي جهودًا كبيرة لإعادة صياغة مفهوم الحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات، وتشعبت هذه الجهود ما بين المنظمات الأممية مثل اليونسكو التي عنت بتأطير الجانب الأخلاقي والقانوني للحق في الاتصال في إطار مجتمع المعلومات، وجهود الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية لإعادة صياغة مفهوم الحق في الوصول، ومجتمع المعلومات، وجهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية، والتي تمثلت في إصدار معاهدتي الويبو (1996)، وهما أول معاهدتين دوليتين تتعامل بشكل مباشر مع التكنولوجيا الرقمية، وتأثيرها على الحقوق المرتبطة بالحق في الاتصال. كما نشطت جهود العديد من المنظمات غير الحكومية والأهلية والتطوعية في إعادة صياغة مفهوم الحق في الاتصال، وإصدار مواثيق وإعلانات ترتبط به بشكل مباشر، لإعادة التأكيد عليه كحق إنساني أصيل، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات التي أحدثتها ثورة المعلومات، وتدعو إلى شمولية الحق في الوصول لوسائل الاتصال، وتفعيل جسور التعاون مع المنظمات الأممية، وزيادة مساهمة المجتمع المدني في صياغة السياسات الاتصالية الجديدة في ظل ثورة المعلومات، ويمكن استعراض أبرز هذه المساهمات كالتالي:

(1) جهود المنظمات غير الحكومية وجماعات المصالح العامة:

- **ميثاق الاتصال للمواطنين People's Communication Charter, 1996:**

وهو ميثاق يتبناه مركز حقوق الإنسان والاتصال بهولندا، وشبكة العالم الثالث بماليزيا وبيونج يانج، وحركة البيئة الثقافية بأمريكا، والاتحاد العالمي لمجتمع مذيعي الراديو AMARC، والاتحاد العالمي للاتصال المسيحي، وغيرها من المنظمات والأفراد في العالم، وقد أعلن عنه في مارس 1996، ويهدف هذا التحالف إلى محاربة القوي التجارية التي تسعي لاستخدام وسائل الاتصال لتحقيق الربح فقط على حساب إعلام المواطنين بشكل يتفق مع احتياجاتهم ومصالحهم الحقيقية، ويمثل رؤية نقدية للاتجاهات

العالمية المتعلقة بمفهوم المساواة الثقافية في الألفية الثالثة، وخاصة في مجال الاتصال، ويسعى إلى تطوير جودة بيئة الاتصال، بعيدًا عن الممارسات الرقابية والمعلومات المضللة والمشوهة والمتحيزة، وتيسير سبل وصول الجمهور إلى وسائل المعرفة، وإتاحة القنوات الاتصالية أمامهم للتعبير عن أفكارهم وآرائهم. ويمثل الميثاق محاولة من جانب هذا التحالف لمناقشة بعض أوجه الخلل في المبادئ التقليدية لحقوق الإنسان، ويسعى للوصول إلى تنظيم جديد لأبنية الاتصال في العالم. والأفكار الأساسية للتحالف تدور حول توجيه خدمات الاتصال والمعلومات للعمل على احترام حقوق الإنسان الأساسية، واعتبار كل المصادر الاتصالية بما فيها الموجات الهوائية والفضاء الخارجي ملك عام، لا يجب تخصيصه لجماعات معينة دون غيرها، ومنع ظاهرة الاحتكار في مجال خدمات المعلومات والاتصالات سواء من قبل الحكومات أو الشركات الخاصة، مع العمل على تعزيز حق الجمهور في حماية هويته الثقافية، وتطوير قدراته الاتصالية .(Hamelink,1998)

ومن بين الفقرات المتصلة بالحق في الاتصال في الميثاق (المادة 2)، والتي تنص على حق الجمهور في التعبير وتداول الآراء والمعلومات والأفكار والمشاعر بأية لغة، وبدون تدخل أي جهات خاصة أو عامة، وإتاحة حق الوصول العادل والمتساوي لقنوات الاتصال ومصادره ووسائله وموارده. وتنص المادة 3 من الميثاق على حق المواطنين في تلقي الآراء والمعلومات والأفكار بلغة يفهمونها، وحقهم في أن يعلموا عن القضايا العامة، والمتعلقة بحياتهم، وحقهم في تلقي المعلومات والمنتجات الثقافية ، بما يتوافق مع مصالحهم وأذواقهم المتنوعة، وحقهم في الوصول إلى قنوات اتصال مستقلة ومتحررة من الرقابة ومن الضغوط الحكومية والسياسية والتجارية، وتنص المادة 4 من الميثاق على حق الجمهور في جمع المعلومات بأية لغة يفهمها، وحقه في الوصول إلى المعلومات التي تحتفظ بها السلطات العامة أو الخاصة، وعدم فرض قيود على حق الوصول للمعلومات التي تحتفظ بها جهات حكومية أو خاصة، إلا إذا كانت هذه القيود ضرورية لحماية أسس المجتمع الديمقراطي، والحقوق الأساسية للآخرين.

وبالرغم من أهمية هذا الميثاق، وما أثاره من نقاشات دولية ، إلا إنه من الواضح صعوبة تطبيق مثل هذه الأفكار المثالية بمجرد صياغتها في صورة مواثيق وإعلانات (Hamelink, 1998).

- **الإعلان العالمي للحقوق اللغوية**

Universal Declaration of Linguistic Rights, 1996

وهو إعلان وقعه عدة المنظمات والجهات الاستشارية والخبراء والمنظمات غير الحكومية، وتنص في مادتها رقم 3 (1) على الحقوق الفردية اللغوية التي يجب أن يتمتع بها الفرد والجماعة مثل (حق الفرد في تنظيم وتشكيل جماعة لغوية، وحقه في استخدام لغته، وحقه في أن يرتبط بصلات ويتشارك مع الأعضاء الآخرين من ذات المجتمع اللغوي. وتنص المادة 3 (2) على الحقوق اللغوية الجماعية، وهي حق الجماعة في تعلم لغتها وثقافتها، وحق الوصول للخدمات الثقافية بلغتها، وحق التمثيل المتساوي للغات والثقافات في وسائل الاتصال، وحقهم في الاهتمام بلغاتهم من قبل الهيئات الحكومية ، وحق الجماعات في الحفاظ على ثقافتهم وتطويرها.

- **إعلان بكين** (**Beijing Declaration and Platform of action 1995**):

وهو يسعى إلى إزالة العوائق أمام المشاركة الفعالة للمرأة في مجالات الحياة العامة والخاصة، وزيادة مساهمتها في صناعة القرار في المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وأن تتم هذه المساهمة على قدر المساواة. وبالرغم من أن الحق في الاتصال يعد قاعدة أساسية في العديد من الأهداف التي وردت بالإعلان، فإن الأهداف المحددة التي ركزت على المرأة ووسائل الإعلام، وخاصة في الهدف الاستراتيجي رقم (J.1) تنص على ضرورة العمل على زيادة مشاركة المرأة في مجال التعبير وصناعة القرار من خلال وسائل الإعلام ووسائل التكنولوجيا الجديدة.

- **مشروع المعلومات للحقوق والمسئوليات**

Information Bill of Rights and Responsibilities 1995

والذي تتبناه مؤسسة ماركال ومعهد أسبن للاتصالات، وهو مشروع يسعى إلى تطبيق مبادئ الدستور الأمريكي، وإعلان الحقوق المدنية على القضايا المتعلقة بالاستخدامات الجديدة للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. ويؤكد المبدأ الأساسي للمشروع على الحق في الوصول للتكنولوجيا المعلوماتية الجديدة، والحق في الاتصال، وأن تتاح للجميع، وأن يتم ذلك بدون تمييز، والحق في تعلم هذه التقنيات الجديدة، والمشاركة في الاستفادة منها، وأن يتوافر عنصر الأمان في استخدام هذه الوسائل، وكذلك عنصر التنوع، وحق المواطنين في الاطلاع على المعلومات التي توفرها المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، وحق الفرد في التمتع بالخصوصية في عصر المعلومات (Aspen Institute,1996).

- **ميثاق Cuscatlan Charter, 1998:**

وهو ميثاق تبناه المنبر الدولي للاتصال والمواطنة في إطار الاحتفال الخمسيني بالإعلان العالمي لحقوق الإنسان في سبتمبر 1998، حيث دعا إلى اعتبار الحق في الاتصال شرطًا ضروريًا لبناء مجتمع ديمقراطي ، يحترم التنوع العرقي، ويقوم على المساواة بين المرأة والرجل، وتعزيز العدالة والكرامة الإنسانية، ويسعى إلى توسيع طرق الوصول لوسائل الاتصال والإنتاج واستخدام التكنولوجيا الجديدة، لكل الناس، وتوسيع مشاركة المجتمع المدني في القضايا المتعلقة بالاتصالات السلكية واللاسلكية. ويدعو "المنبر" الأمم المتحدة للتأكيد على أن الحق في الاتصال حق أساسي، وشمول مفهوم الحق في الاتصال، حق المجتمع المدني، الذي يجب أن توكل إليه مهمة الدفاع عن الحق في الاتصال (Cuscatlan Charter, 1998).

- **المؤتمر الافتراضي عن الحق في الاتصال**

Virtual Conference on the Right to Communicate

الذي عقد في مايو ويونيه 1998 ، بدعم من وكالة التنمية الدولية الكندية ومركز بحوث التنمية الدولية لمراجعة سياسات وتشريعات الحق في الاتصال، وأساسه إنها لا يجب أن تتضمن فقط حق الوصول للمعلومات والمعدات، ولكن يجب أن تتضمن أيضا المشاركة العامة والأصيلة في وسائل الإعلام، وفي صناعة سياستها على مستوى الدولة، وعلي مستوى العالم (Virtual Conference,1998).

- **إعلان ميلان للاتصال وحقوق الإنسان أغسطس 1998**

وهو الإعلان الصادر عن مؤتمر الاتحاد العالمي لمجتمع مذيعي الراديو، وهو يدعو إلى تعزيز مفهوم الحق في الاتصال وتوسعته في سياق التغير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتحقيق المساواة بين كل أفراد المجتمع المدني للوصول لوسائل الإعلام، واحترام التعددية والتنوع الثقافي واللغوي ، وضمان مساهمة المرأة في كل المستويات، وحق الشعوب الأصيلة للوصول والمشاركة في وسائل الإعلام، وضرورة اضطلاع وسائل الاتصال بالعمل على الحفاظ على تنوع ثقافات ولغات العالم، ودعم الحقوق الثقافية واللغوية وحقوق الأقليات والشعوب الأصيلة والمهاجرين واللاجئين، بتوفير سبل الوصول لوسائل الاتصال، وظهور الأفراد في العملية الاتصالية، كمنتجين ومساهمين في المعلومات، وليس فقط مستهلكين، ويشير الإعلان إلى أن اقتصاد السوق ليس هو النموذج الوحيد لتدشين بنية تحتية اتصالية ملائمة للتطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات، وأن التوسع في الشركات متعددة الجنسيات والتركيز في الملكية يهددان التعددية، بما فيها وجود المجتمعات الإعلامية المستقلة، ويحذر الإعلان من إنه بينما يؤدي الاندماج بين وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية والإذاعة والكمبيوتر إلى زيادة عدد مستخدمي وسائل الاتصال، فإنه يؤدي إلى زيادة الفجوة بين من لديهم سبل الوصول للمعلومات الإليكترونية، ومن يفتقدون لذلك.

• **المائدة المستديرة للجنة ماكبرايد:**

وهي عبارة عن منتديات فكرية، تأسست في عام 1989، وتعقد بشكل سنوي، لمناقشة التطورات الحادثة في الاتصال الدولي، في ضوء تقرير "لجنة ماكبرايد" الشهير عن النظام الإعلامي العالمي الجديد، وقد عقدت عدة موائد مستديرة في هراراي 1989، براغ 1990، استنبول 1991، ساوبولا 1992، دبلن 1993، هونولولو 1994، تونس 1995، سيول 1996، وبولدور 1997، وعمان 1998، وناقشت المائدة الأخيرة دور المؤسسات والقوانين والأخلاقيات في العملية الاتصالية، والدور الذي يمكن أن يلعبه المجتمع المدني في صياغة سياسات وسائل الإعلام والاتصال عالميًا، وقد ركزت الموائد السابقة على تدفق المعلومات والمساواة وتكنولوجيا الاتصال الجديدة، والطريق السريع للمعلومات، ودور المرأة والمواطنين الأصليين والجماعات المهمشة في أنشطة الاتصالات.

• **جمعية محترفي الكمبيوتر للمسئولية الاجتماعية**

Computer Professionals for Social Responsibility (CPSR)

وهي من بين الجمعيات النشطة في مجال الدفاع عن الإنترنت، وقد قامت بصياغة مبادئ وتوصيات تتعلق بقضايا حق الوصول المتساوي وخصوصية الأفراد وحرية التعبير، كما أصدرت تقريرًا بعنوان "كرة أرضية واحدة، وشبكة إنترنت واحدة One Planet, One Net"، تؤكد فيه على أهمية ضمان الحق في الاتصال على الإنترنت، وتنص المادة 3 منه على إنه لمستخدمي الشبكة الحق في الاتصال، وأنه لا ينبغي تقييد حرية التعبير الإليكتروني على الشبكة، إلا في حالة وجود خطر داهم على الحرية البشرية، وأن يتضمن حق الوصول حق المشاركة في الاتصال بكل أنواعه، وأنه لا ينبغي وضع أية قيود على تبادل المعلومات على الشبكة (Computer Professionals for Social Responsibility, 1998).

• **الحملة الدولية لتحرير الإنترنت Global Internet Liberty Campaign:**

وهو اتحاد لحقوق الإنسان ومنظمات الحريات المدنية، وهو يسعى لضمان حرية

التعبير الإليكتروني على الإنترنت، وعدم تقييدها بأية وسائل مثل الرقابة أو التحكم الزائد من قبل الحكومات أو القطاعات الخاصة سواء على أجهزة الكمبيوتر أو البرامج أو البنية الاتصالية التحتية أو غيرهم، ومنع التمييز في الانتفاع بموارد الاتصال على أساس العنصر أو اللون أو الرأي السياسي أو غيرهم، وحماية الحق في الخصوصية، والسماح باستخدام تقنيات التشفير بدون قيود، واقترحت الحملة تطبيق قانون حقوق الإنسان الدولي على الإنترنت لضمان تعزيز الحق في الوصول للشبكة، وتقوية استخدامات المجتمع المدني لها (Global Internet Liberty Campaign,1998).

- **اتحاد الاتصال التقدمي Association for Progressive Communication (APC)**

وهو اتحاد يضم أكثر من 25 شبكة نشطة في مجالات حقوق الإنسان والبيئة والسلام، ويتمتع بوضع استشاري في المجلس الاقتصادي الاجتماعي التابع للأمم المتحدة، ويعمل بالتعاون معه على تنفيذ بعض الخطط الخاصة بنشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويهدف إلى تعزيز استخدام المجتمع المدني لتكنولوجيا الاتصال، ومناهضة الاستغلال التجاري لها، والدفاع عن حرية التعبير والمعلومات على الإنترنت، ونشر الشبكات الرقمية المستقلة في بعض المناطق كأفريقيا.

- **اتحاد حقوق الاتصال في مجتمع المعلومات**

Communication Rights in the Information Society

ويعني بالتأسيس للحق في الاتصال كوسيلة لتعزيز حقوق الإنسان، وتقوية الحياة الثقافية والاقتصادية والاجتماعية لكل الناس والمجتمعات، والسعي نحو مجتمع معلومات مؤسس على الشفافية والتنوع والمشاركة والعدالة الاقتصادية والاجتماعية والمساواة. وقد ساهمت هذه المنظمة بدور مهم في المؤتمر الأول الذي رعاه الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية في ديسمبر 2001، حول مجتمع المعلومات، وتعد أول مساهمة جادة من قبل المجتمع المدني في هذا مجال حقوق الاتصال في مجتمع المعلومات.

- **منظمة أو جماعة أصوات Voices 21**

وهي اتحاد غير رسمي من النشطاء المعنيين بوسائل الإعلام والأفراد المهتمين بحقوق الاتصال، و يستهدف تدشين حركة اجتماعية جديدة فيما يتعلق بالاتصال وقضايا الإعلام، وتعزيز حق الأفراد على الاتصال والتعبير عن أفكارهم وآرائهم، ودعم المشاركة الفعالة للجمهور في تطوير واقعهم الاجتماعي، مع التركيز على وسائل إنتاج وتوزيع المعلومات والثقافة، وقد تأسس في مارس 1999، وتشارك هذه المنظمة في العديد من المبادرات التي تطرحها جهات أخرى مثل منبر الاتصال الديمقراطي ومائدة "لجنة ماكبرايد" المستديرة وحركة البيئة الثقافية والاتحاد العالمي للاتصال المسيحي وغيرهم.

(2) جهود المنظمات الدولية التابعة للأمم المتحدة فيما يتعلق بالحق في الاتصال في العصر الرقمي:

اليونسكو والحق في الاتصال:

تعد اليونسكو من أهم المنتديات العالمية لمناقشة قضايا التأثير المتزايد لوسائل الاتصال وتقنيات المعلومات والوسائل الرقمية في المجتمع الحديثة، وتقوم رؤيتها على ضرورة التزام المجتمع الدولي بشكل جاد وقوي، بضمان ألا تسيطر المصالح التجارية على تنمية تقنيات المعلومات والاتصال في العالم، وبشكل أكثر خصوصية في الدول المتنامية، و ترى إنه على الحكومات والمؤسسات العامة والخاصة أن تتحمل مسئوليتها، إذا كانت تريد ألا تستمر الفجوة بين الدول الغنية بالمعلومات والدول الفقيرة في المعلومات في الاتساع. وتهتم اليونسكو بتشجيع الوصول العام والشامل إلى المعلومات، وإيجاد الظروف التي يمكن بمقتضاها لمجتمع المعلومات أن يضمن احترام الخصوصية والبيانات الشخصية، وإثراء جميع جوانب الحياة، وأن يشمل ذلك المهمشين والمحرومين، وأن يضمن التعددية الثقافية، وأن تكون تلك المعلومات خالية من العنف والإباحية

وبغاء الأطفال، والعنصرية والجريمة، كما تعمل على ضمان استخدام تقنيات المعلومات والاتصال استخداما أكثر فاعلية لتشجيع حرية التعبير وحرية تدفق المعلومات والوصول إلى المعرفة للجميع، وتقديم المساعدات لإقامة شبكات اتصالية إقليمية تقدم خدمات عامة، و مساعدة الدول على صياغة سياسات قومية مناسبة للمعلومات والمعلوماتية.

ومن بين اهتماماتها مشروع التحديات الأخلاقية والثقافية والاجتماعية لمجتمع المعلومات الجديد، والذي يهدف إلى لتأسيس إطار من التعاون مع منتجي ومستخدمي تقنيات المعلومات والاتصال، ومقدمي معلومات وخدمات الفضاء الإليكتروني، وقد نظمت سلسلة مؤتمرات على مستوى الخبراء لهذا الأمر، من بينها الندوة الإقليمية الأفريقية حول تقنيات الاتصال من أجل التنمية (أديس أبابا، 1995) ومؤتمر النشر الإليكتروني، وندوة حقوق التأليف والاتصال في مجتمع المعلومات (مدريد، مارس 1996)، واجتماع الخبراء الآسيوي الباسيفكي حول وضع إطار قانوني للفضاء الإليكتروني (سيول- سبتمبر 1998)، كما عقدت ثلاثة مؤتمرات عن أخلاقيات المعلومات في موناكو عام 1997، وعام 1998 وعام 2000 عن البيئة الجديدة للفضاء الإليكتروني، وتأسيس حق جديد في فضاء إليكتروني آمن وذو اعتمادية، ووضع رؤية لإطار أخلاقي وقانوني لهذا المجال، والعمل على تعزيز حقوق الإنسان، والحريات الأساسية، وحرية التعبير، وحرية الوصول إلى المعرفة والتنوع اللغوي والثقافي، والمساهمة في خير البشرية على الإنترنت، باعتبار إنه من الضروري، وجود قوانين وأخلاق تحكم مجتمع المعلومات الناشئ، وللدفاع عن حقوق الإنسان والحريات الأساسية. وفي مؤتمرها الأخير، دعت للترويج لبعض المبادئ المهمة في الميثاق العالمي لحقوق الإنسان، وتعد هي المرة الأولى التي تعيد فيها منظمة دولية التأكيد على بعض أهم الحقوق والحريات في هذا الميثاق منذ إعلانه وفقًا لمبادئ قابلة للتطبيق في بيئة وسائل الإعلام الإليكترونية ومجتمع المعلومات الناشئ.

وأشار تقرير المؤتمر إلى أن الحق في الاتصال، والحق في المشاركة الفعالة في مجتمع المعلومات، تتجسد في مفهوم حق كل فرد في الوصول إلى البيئة الجديدة للفضاء الإليكتروني، وهو ما أدي بالخبراء إلى تبني عدد من المبادئ الجديدة منها مبدأ الوصول العالمي Universal Service Principle، ومبادئ التعددية اللغوية والتعددية الثقافية، ومبدأ الأخلاقيات، ومبدأ التعليم، ومبدأ التعبير الحر "Free Expression Principle ومبادئ التشفير والخصوصية Privacy and Encryption Principles، ومبدأ الوصول للمعلومات Access to Information Principle ومبدأ التدريب المهني، ومبدأ التعاون الدولي، وينص مبدأ الوصول للمعلومات، على ضرورة تحمل الجهات العامة مسئولية إتاحة وتوفير المعلومات العامة على الإنترنت، وضمان دقتها وتوقيتها، مع مراعاة التوازن التقليدي بين حقوق والتزامات المؤلفين، بما فيها حق الاستخدام العادل للأفكار من الأعمال المنشورة، وهو ما ينطبق أيضًا على الفضاء الإليكتروني، وذلك لمصلحة الجمهور والمؤلفين، مع ضرورة أن تحافظ الدول، وتوسع من مفهوم الملكية العامة في الفضاء الإليكتروني.وتطالب اليونسكو باتخاذ إجراءات عملية لتأسس إطار قانوني وأخلاقي للفضاء الإليكتروني، وإجراء دراسات عن تطبيقات الفضاء الإليكتروني لكل بند من بنود الميثاق العالمي لحقوق الإنسان، وواقع وأهمية ونتائج حق الوصول لهذا الفضاء الإليكتروني.

الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية والحق في الاتصال:

يمارس الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية دورًا مهمًا في صياغة سياسات الاتصال في ظل ثورة المعلومات التي يشهدها العالم، ووضع معايير الاتصالات، ويمكن رصد دور الاتحاد من خلال المؤتمرات التي يرعاها ومن بينها، مؤتمر تنمية وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الذي عقد في كيوتو في عام 1994، ودعا فيه إلى انتقال الأخبار بحرية، واعتبار الحق في الاتصال حق إنساني أساسي، و تعزيز نشر الأخبار ودعم السلام والتعاون والتفاهم بين الشعوب والإثراء الروحي للشخصية

الإنسانية، ونشر الثقافة والتعليم بين كل الناس، بغض النظر عن العرق والجنس واللغة والدين، وتسهيل النقل غير المقيد لخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، كما رعي مؤتمر مجتمع المعلومات والتنمية 1996، وكذلك يرعى القمم العالمية لمجتمع المعلومات والتي انعقدت أولها مؤخرًا في جنيف في نوفمبر 2001، والتي تعد أول مساهمة جادة لتجسير الفجوة بين المجتمع المدني والمنظمات الدولية فيما يتعلق بحقوق الاتصال في مجتمع المعلومات. ومن المقرر أن تعقد المرحلة الثانية في عام 2003، والمرحلة الثالثة في عام 2005 في تونس، برعاية الاتحاد الدولي للاتصالات وهدف هذه القمم تطوير رؤية مشتركة لمجتمع المعلومات ووضع إستراتيجية عمل محددة لتطوير هذه الرؤية، ومن القضايا التي ناقشها الحق في الاتصال، وتأثير التنمية الثقافية على الوصول المتساوي للمعلومات والخدمات، والتطور العالمي المتوازن، وملكية ومحتوي وسائل الإعلام. ومن بين الاتفاقيات المهمة التي رعاها الاتحاد، اتفاقية الاتصالات في مجال الإنترنت وتخصيص بروتوكولات الإنترنت وأسماء الحقول، ووضع معايير لما يعرف بالجيل الثالث من الاتصالات السلكية واللاسلكية، وقام الاتحاد بمبادرة عرفت باسم IMT2000 للاتصالات الإليكترونية المحمولة، وتهدف لتجميع ثلاثة أنواع من شبكات الاتصال معًا وهي أنظمة الأقمار الصناعية، والتليفونات الخلوية والتليفونات اللاسلكية، بما يوفر وسيلة غير مسبوقة لإجراء الاتصالات عبر الحدود (ITU,1999f).

المجلس الاقتصادي الاجتماعي التابع للأمم المتحدة والحق في الاتصال:

شكل المجلس مفوضية خاصة حول الحقوق السياسية والمدنية وحرية التعبير، وقد أصدرت المفوضية تقريرًا في 1999، أشار إلى أن الإنترنت بطبيعتها ديمقراطية، وأنها توفر للناس إمكانية الوصول لمصادر المعلومات، وإنها بمرور الوقت تساعدهم على المشاركة بفعالية في عملية الاتصال. ورصد التقرير نتائج المؤتمر الذي عقد في كندا في سبتمبر 1998 عن حقوق الإنسان والإنترنت، ومن بينها أن الإنترنت تعد أداة مهمة للتعليم، وتساهم في توسيع الإدراك الدولي لمعايير حقوق الإنسان ومبادئه، وإنها تعد

أحد الأدوات المهمة لمكافحة عدم التسامح، وتشجيع الأعمال الجماعية ، ووضع نهاية لخطاب التحريض والعنصرية والاستغلال التجاري، واعتبر المؤتمر أن أية محاولة لتقييد الإنترنت، ينتهك نص المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وحذر من أن ديمقراطية الإنترنت ستتعرض للانهيار، إذا لم تتمكن فئات عديدة في الدول النامية من الوصول إليها، كما أكد الحاجة لضمان عدم هيمنة لغة أو ثقافة واحدة على الإنترنت، وأن تظل الإنترنت للجميع، مع النظر إليها كوسيلة أصيلة لتعدد الأصوات، مشيرًا إلى أن التحدي الحقيقي يتمثل في كيفية إدماج التكنولوجيا الجديدة ، مع التطورات الراهنة لدعم حقوق الإنسان والاتصال الدولي، وإن ذلك يجب أن يتم وفقا لقاعدة المساواة، وعدم التمييز، وتنويع المصادر.

كما أكد ميثاق هلسنكي في يونيو 1999 على ضرورة حماية الفوائد العديدة والمتزايدة للوصول إلى الشبكات الرقمية لصالح الجمهور بأكمله، وتحقيق حق الوصول، بشكل مجاني أو بأقل تكلفة ممكنة لهذه الشبكات، مع إتاحة الوسائل الفنية الفعالة لتحقيق هذا الوصول، وتوفير التعليم الإليكتروني للمواطنين من كل الأعمار.

منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والحق في الاتصال في العصر الرقمي:

تمثل منظمة التجارة العالمية أكبر تجمع عالمي في مجال السياسة التجارية الجماعية، والأداة الأساسية لوضع القواعد المنظمة للتجارة العالمية، وهي تستند في الدفاع عن سياستها على خلفية الفكر الليبرالي، وانطلاقا من أيدلوجية التجارة الحرة وفلسفتها، والتي مؤداها أن الرفاه المادي لاقتصاد السوق ، يرتبط بالمنافسة الدولية ، وليتحقق ذلك، يجب إزالة القيود الجمركية والتجارية بين الدول، وقد انتهت جولة أورجواي 1986-1993 التي رعتها المنظمة، إلى مجموعة من الاتفاقات والبروتوكولات والقرارات، وبمقتضاها أصبحت الجات تتولى الإشراف على تجارة السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية. ومع إعادة تعريف المعلومات كسلعة، فإن منظمة التجارة العالمية،

بدأت تقوم ببعض الوظائف التنظيمية التي كان يقوم بأدائها الاتحاد الدولي للاتصالات، في وقت لا يقوم فيه التمثيل ضمن هذه المنظمة على أساس ديمقراطي مثل بقية منظمات الأمم المتحدة، وهو أمر يجعل من الصعب الحديث عن ديمقراطية الاتصال في إطار عمل هذه المنظمة (Dee,2001).

وفيما يتعلق بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية، فهي منظمة أنشئت عام 1967، وتتولى إدارة موضوع الملكية الفكرية، فقد بدأت في التصدي لواقع التكنولوجيا الرقمية وأثرها على حق المؤلف والحقوق المجاورة على نحو مكثف منذ مارس/ أيار 1993 بتنظيمها ندوة عن الموضوع في جامعة هارفارد، وكان الموضوع أيضا محط اهتمام خلال ندوتها العالمية عن مستقبل حق المؤلف والحقوق المشابهة التي نظمت في باريس في يونيه 1994، كما عقدت ندوة عن حق المؤلف في البنية التحتية العالمية للمعلومات في المكسيك في مايو 1995، بغية الوصول لحلول قانونية لتحديات التكنولوجيا الرقمية، والتي طبقت فيما بعد في عدة جوانب من معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي، واللتان صدرتا في عام 1996، بغية مواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة مثل التسجيل الصوتي والتصوير الفوتوغرافي والراديو والسينما والتلفزيون، واستنساخ الوثائق وتكنولوجيا الفيديو وأنظمة الأشرطة المركزة للتسجيل "التسجيل المنزلي" والبث عبر الأقمار الصناعية، والتلفزيون الكابلي، وبرامج الحاسوب، والمصنفات المنتجة بالحاسوب وقواعد البيانات الإلكترونية وما إلى ذلك)، غير أن الاتفاق لم يستجب لكل التحديات التي تطرحها التكنولوجيا الجديدة. ورغم نطاقه الواسع الذي يشمل، العديد من قضايا التكنولوجيا الرقمية ولاسيما عن طريق شبكة الإنترنت، فإنه لا يتصدى لبعض تلك المسائل على نحو مفصل.

ثالثا: الإنترنت والحق في الاتصال:

تفتح الإنترنت وثورة المعلومات والاتصالات ، آفاقًا جديدة للمفهوم التقليدي للحق في الاتصال، سواء في مجال نقل المعلومات أو تلقيها أو البحث عنها أو حرية

التعبير أو الحق في الخصوصية... الخ ، حيث تتشكل هذه المقومات بصورة متنوعة ومغايرة على الإنترنت، باعتبارها، أبرز وسائل ثورة المعلومات والاتصالات، وهو ما يمكن رصده – بشكل نظري من خلال الأبعاد التالية لمفهوم الحق على الاتصال في بيئة الإنترنت:

- تخلق الإنترنت رؤية جديدة للحق في الاتصال من حيث إرسال واستقبال المعلومات والآراء بصورة غير مسبوقة، سواء في كم الاتصال أو نوعيته أو موقعه أو ضوابطه، كما تزود مستخدميها بقدرات هائلة لممارسة حقهم في التماس المعلومات والأفكار وتلقيها ونشرها بغض النظر عن الحدود الدولية، مع إمكانية التعبير عن أنفسهم بأكثر من وسيلة في ذات الوقت؛ سواء كانت شفاهة أو مطبوعة أو مصورة أو مرئية أو غيرها.
- تُعظم الإنترنت من فعالية أشكال الحق في الاتصال، سواء أكانت رأيًا أو فكرة أو إبداعًا أو معلومة أو غيرها، إذ يمكن إعادة نسخها بسهولة، وتوزيعها للملايين في ذات اللحظة، والسماح بمشاركة الآخرين في تفعيلها، مع سهولة حفظها وتخزينها واسترجاعها، وإعادة إنتاجها في صور جديدة.
- تتسم الإنترنت باللامركزية، مما يحد من إمكانية التحكم فيها، أو ممارسة الرقابة عليها من قبل أية جهة أو فرد أو حكومة، كما تجسد أحد أهم مظاهر التعددية الاتصالية في الآراء، فعلي مواقعها تتنافس كل صنوف الآراء والأفكار والتوجهات، وهو ما يمكن أن يدعم حرية التعبير، فضلاً عن إنه لا يوجد على الإنترنت- وعلي عكس وسائل الإعلام التقليدية- حارس بوابة يغربل الحقائق، ويحجب الآراء، ويمنع جماعات معينة من الاتصال بالآخرين، كما تتسم بطاقتها وسعتها اللامحدودة للاتصال والتعبير، فهي لا تتقيد بقيود المساحة أو التوقيت، على عكس الحال في وسائل الإعلام التقليدية، التي تعاني من هذه القيود وغيرها، وكذلك بينما تتأثر الوسائل الإعلامية الأخرى بالمصالح السياسية والاقتصادية، فإن الإنترنت لا تتعرض لهذه الضغوط، إذ إنه بمقدور مواطني أكثر الدول قمعية، إيجاد وسائل

عدة لإيصال أصواتهم عبرها، وفضح ممارسات حكوماتهم ضد ممارسة الأفراد لحقهم في الاتصال والتعبير، فالطرق التقليدية من الرقابة، وحظر الصحف وإغلاقها، وتهديد الصحفيين، لا تفلح مع الإنترنت.

- تعزز الإنترنت مكانة وفاعلية الأفراد في عمليات الاتصال، بجعلهم منتجين للمضمون الاتصالي، وليس فقط مستهلكين له، وهي ميزة لا تتوافر كثيرًا في وسائل الإعلام التقليدية، كما تُمكنهم من ممارسة حقوقهم الاتصالية من أي موقع يتواجدون فيه، وبث رسائلهم من أي مكان، ورؤيتها في ذات الوقت منشورها على مواقعها، بدون فاصل زمني يذكر، كما تمكن مستخدميها من التحكم في الآراء والمعلومات التي يتلقونها على عكس وسائل الإعلام الأخرى، التي تفرض عليهم الآراء والتوجهات، أكثر مما تعمق حرية الفرد في التعرض والاختيار والتلقي الانتقائي.

- تتسم حرية الاتصال والتعبير على الإنترنت بتفاعلية غير مسبوقة، وبتعددية في الاتجاهات، لا تتوافر في الوسائل الأخرى، كما تسمح بتلقي ردود الفعل من كل الاتجاهات من (طرف لطرف)، ومن (طرف لعدة أطراف)، ومن (عدة أطراف لعدة أطراف أخرى).

- تتسم البنية التحتية للإنترنت بالاستقلالية، فالإنترنت لا ترتبط بأية بنية تحتية تقيد حركتها أو تعيق قدرتها على الوصول للآخرين أو اتصال الآخرين بها، فهي لا ترتبط سوي بأنظمة التليفونات، وبالرغم من إمكانية الرقابة المحلية على أنظمة الاتصالات التليفونية المحلية، لحجب بث أو استقبال رسائل معينة، بيد إنه يمكن تجاوز هذا القيد عبر الاتصال بالخطوط الدولية، كما إن إمكانية الاتصال بالإنترنت حاليا عبر الأقمار الصناعية، تزيل أية عوائق أرضية أو قيود تمنع إتمام مثل هذا الاتصال، مما يقلل من الرقابة الحكومية على ممارسة الحق في الاتصال بالآخرين.

- تعد الإنترنت وسيلة اتصال دولية، فهي توفر اتصالا مباشرًا بين كل دول العالم المرتبطة بها، مما يمكن مستخدميها في كل هذه الدول من تبادل الآراء والأفكار

والحقائق بينهم، بصورة غير مسبوقة عن ذي قبل، وهو ما يخلق مجتمعاً كونياً عالمياً افتراضيّاً، ذا طبيعة خاصة في ممارسته لحقوقه الاتصالية.

- تملأ الإنترنت الفجوة بين وسائل الاتصال الأخرىٰ سواء وسائل الاتصال الشخصي (التليفون والتلغراف والخطابات) أو وسائل الإعلام الجماهيرية (الراديو والصحافة والتليفزيون)، حيث تشكل نوعًا متميزًا من الاتصال يأخذ من سمات كل أنواع الاتصال الأخرىٰ، كما تزيد من قدرة الأفراد علىٰ الوصول لوسائل الإعلام الأخرىٰ، بفعل توافر هذه الوسائل علىٰ الإنترنت.
- تشكل الإنترنت وسيلة فريدة من نوعها، للجماعات المقهورة، وللفئات المعارضة، من حيث إمكانية الاتصال بأعضائها، بأقل إمكانيات، وبأكبر قدر من التأثير والفعالية، كما تسهل مشاركة الجماعات الصغيرة ضمن الجماعات ببعضها، وبينها وبين أعضائها، وهو ما يُفعل قوي المجتمع المدني، وحرية التعبير، وإن كانت كذلك تمكن الجماعات المنحرفة وأصحاب الأفكار الشاذة من عرض أفكارها وآرائها أيضًا، فالإنترنت بمثابة منبر نقاش ديمقراطي علني، وهو ما أشار إليه تقرير مفوضية دعم وحماية حرية التعبير التابعة للجنة الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، عام 1998 بوصفه للتكنولوجيا الجديدة وخاصة الإنترنت، بأنها تعد وسيلة ذات طابع ديمقراطي بطبيعتها، وأنها توفر وسيلة مهمة لوصول الأفراد للمعلومات عامة، وتمكن الكل من المشاركة بفعالية في عملية الاتصال".

رابعا: المبادئ الدولية للحق في الاتصال على الإنترنت:

يكشف إعادة قراءة المادة 19، وغيرها من المواد الواردة في الميثاق العالمي لحقوق الإنسان في ضوء الواقع الجديد الذي تعززه ثورة المعلومات والإنترنت، عن أن مفهوم الحق في الاتصال، كما نصت عليه هذه المواثيق يأخذ أبعادًا أخرىٰ، علىٰ الإنترنت، فهي تقوي وتزيد قوة وإمكانيات الفرد في إرسال وتلقي المعلومات بشكل غير مسبوق، وتعطي لأول مرة لكل فرد في التاريخ- نظريا علىٰ الأقل- فرصة البحث وتلقي وبث

المعلومات والأفكار من كل الأنواع، بغض النظر عن الحدود (Kleinwaechter,1998)، كما يأخذ الحق في تلقي المعلومات معني جديدا على الإنترنت، حيث أصبح بمقدور كل فرد أن يكون ناشرًا، وقائمًا بالاتصال، وصحفيًا، وداعية... الخ، كما تمكن الفرد من جمع المعلومات، من مصادر متنوعة، ونقلها لفئات وجماعات متعددة، ونشرها بدون قيود، وهو ما يتطلب إعادة النظر في مفهوم حق البحث واستقبال وتلقي المعلومات، باعتبار أن القوانين المحلية يمكن أن تقيد هذا الحق، وهو ما يؤثر بالتالي على إتاحتها وتداولها عالميًا، فلو قامت دولة ما بمنع مواطنيها من التعبير عن موضوعات معينة، فهي تحرم الآخرين من حق تلقي واستقبال هذه المعلومات.

كما تكشف هذه القراءة عن إن المواد التي وردت ضمن المواثيق والإعلانات الدولية، تضمن الحق في الاتصال وحرية التعبير على الإنترنت؛ من خلال تأكيدها على حرية الرأي والتعبير لكل الأفراد، وعلي شمولية هذا الحق لحرية اعتناق الآراء والمعلومات، والبحث عنها واستقبالها وإرسالها بأي وسيلة، دون التقيد بأية حدود دولية. ونص المادة 19 على حق الاتصال (بأي وسيلة) يجعل من الواضح إمكانية انطباقها على الإنترنت، كما يبدو حق البحث واستيراد المعلومات متوافقًا مع خاصية التجول عبر الإنترنت، ووضع معلومات على مواقعها للقراءة، بينما يشمل حق الاستقبال المعلومات تبادل البريد الإليكتروني وتحميل المعلومات، كما أن الطبيعة الخاصة للإنترنت، تدعم تطبيق المبادئ الدولية لحرية التعبير على الاتصال الإليكتروني، وعبارة "بغض النظر عن الحدود: ,Regardless of Frontiers" ، التي تؤكد عليها هذه المبادئ، كأساس لتطبيق حقوق الإنسان الدولية، تتوافق مع طبيعة الإنترنت، كما تأخذ هذه العبارة أيضًا دلالات أخرى، حيث تتجاوز الإنترنت الحدود الجغرافية التي تقف عائقًا أمام العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية، سواء في الإرسال أو الاستقبال، وإن كانت القيود الداخلية التي تعوق حركة الإنترنت في دولة ما، يمكن أن تؤثر على طبيعة وحركة الاتصال في مكان آخر، كما تنص المادة 12 على حماية خصوصية الأفراد من التدخل العشوائي في خصوصيتهم وعائلتهم ومراسلتهم، ولغة النص متسعة لتشمل كل الاتصالات التي توجه لفرد أو جماعة بما فيها البريد الإليكتروني والجماعات

الإخبارية، وتتعزز بالمادة 27، والتي تخول كل فرد حق المشاركة بحرية في الحياة الثقافية للمجتمع، والاستمتاع بالآداب والمشاركة في التقدم العلمي وفوائده، وهو ما يعطي جذورا للإنترنت كوسيلة مهمة وكحق ضروري يجب الاستمتاع به في تبادل المعلومات والاتصال. كما تبدو هذه المادة (27) أكثر ميلاً لحماية الاتصالات على الإنترنت.

كذلك تنص فقرات من المواد 18، 19، 20 على حرية المعلومات والتفكير، وعلى حظر أي دعاية ضد الأديان أو التمييز العنصري أو القوميات، وهي مبادئ مهمة في مجال عمل الإنترنت، والتي تتطلب بيئة مفتوحة، تتقبل حرية التدفق المعلوماتي، مع ضمان الحد من الخطاب التحريضي والعنصري، الذي تنتهجه بعض الجماعات في مواقعها على الإنترنت. وقد أشارت مبادئ السياسة المنفتحة Open Policy للإنترنت ، والتي صاغها مجموعة من الخبراء في أوربا وأمريكا الشمالية، في مارس 1997، إلى أن الاتفاقيات الدولية، يمكن أن تنظم عمل الإنترنت بطريقة قريبة من تنظيمها للوسائل الأخرى، وأنه مع اختلاف قوانين تنظيم هذه الوسيلة من دولة لأخرى، إلا إنه يجب أن تتوافق هذه الاتفاقيات مع التزامها باحترام حقوق الإنسان المتفق عليها والمتضمنة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وميثاق حقوق الإنسان السياسية والمدنية... الخ (Open Society Institute,1997).

وبالرغم من أن هذه المواثيق لم تناقش حرية الاتصال والتعبير الإليكتروني بشكل مباشر، فإن عددًا من باحثي الاتصال وأنصار حقوق الإنسان يرون أن حرية التعبير، وحرية تداول وتلقي وإرسال المعلومات، وحماية الخصوصية، وحق المشاركة التي تنص عليها الاتفاقيات الدولية، تنطبق على الاتصال الإليكتروني مثلما تنطبق على الاتصال الشخصي، وذلك من خلال تأكيدها على حق البحث، وتلقي وبث المعلومات والأفكار بأية وسيلة بغض النظر عن الحدود، وإن كانت الحكومات مخولة بمقتضى هذه الاتفاقيات الدولية، بتقييد التدفق المعلوماتي لحماية بعض المصالح مثل الأمن القومي والأخلاقيات العامة، ولكن أي رقابة مسبقة على أي مادة قبل نشرها، يجب أن تكون في أضيق الحدود، وبما يتفق مع المعايير الدولية، وبما لا يتعارض مع الجوانب الأساسية المتضمنة في الحق في الاتصال (Global Internet Liberty Campaign, 1998).

ومن ناحية أخرى، فإن هذه المواثيق والإعلانات الدولية ليست إلزامية، وبينما تعتبر إلزامية في بعض الدول، فإنها غير إلزامية في دول أخرى، بيد إنه يظل أن هذه المواثيق والإعلانات صالحة للبناء عليها، وإن كانت تحتاج لإعادة التأكيد عليها، مع تضمينها الأبعاد الجديدة التي أضافتها ثورة المعلومات، وهو ما دعت إليه اليونسكو مؤخرًا في مؤتمرها الذي عقد في موناكو عام 1998، حول وضع إطار أخلاقي وقانوني للفضاء الإليكتروني:

كما يمكن إعادة توصيف أبعاد الحق في الاتصال، كما وردت في تقرير "لجنة ماكبرايد" "عالم واحد وأصوات متعددة" في ضوء الواقع الجديد الذي تفرزها ثورة المعلومات والإنترنت كالتالي:

1- الحق في المعرفة: تتيح الإنترنت وسائل غير مسبوقة للمعرفة والحصول على المعلومات بكم غزير، ومن مصادر متعددة ومتنوعة، كما تجتهد مواقعها في تخصيص مضمونها المعرفي بما يتوافق مع اختيارات واحتياجات المستخدمين، بدون فرض أنواع معينة من المضمون المعرفي عليهم. بيد إن هذا الحق يواجه عدة تحديات منها كثافة الكم المعلوماتي والمعرفي بصورة قد تربك المستخدمين، واختلاط الغث بالسمين من المعرفة، وتداخل الكم المعرفي المفيد مع الضار، والتواجد المكثف للمواقع السطحية والإباحية والمسيئة، كما لا يوجد ضابط أو منظم للكم المعرفي على الإنترنت، يساعد في عملية الفرز والتقييم، فضلاً عن تدخل سلطات عدة دول في تحديد طبيعة المعرفة والمعلومات التي يصل إليها مستخدمي الإنترنت في بلادهم، مما يحرمهم من حقهم في المعرفة الإليكترونية الحقيقية، إلا إن بعض الحكومات بدأت في فرض رقابة على الإنترنت مهددة قوتها، وبعضها سنت قوانين لمنع محتويات معينة، وبدأت في اتهام المستخدمين وموردي الخدمة بالقيام بانتهاكات معينة. والبعض الأخر فرض رقابته من خلال منع الوصول لبعض المواقع عن طريق تركيب خوادم بروكسي وغيرها، وحجب بعض المواقع، وصلت

إلى 400 ألف موقع في إحدى الدول. وفي دول أخرى طالبت الحكومات موردي الخدمة بإعداد قوائم بمستخدميها ومراقبة تصفحهم للإنترنت.

2- الحق في التعبير عن النفس، إذ تيسر الإنترنت بوسائل متعددة، سبل التعبير عن النفس أمام مستخدميها، وبصور متنوعة، بيد أن عدم توافر القدرات الاتصالية لدي العديدين يمنعهم من التمتع بهذا الحق، كما تحول الإمكانيات الاقتصادية والتعليمية بينهم وبين استخدام الإنترنت، فضلاً عن وجود بعض القيود القانونية والسياسية التي قد تبطش ببعض المستخدمين، إذا ما عبروا عن أنفسهم بطرق لا ترضي عن السلطات الحاكمة في دولهم.

3- الحق في المناقشة: تتيح الإنترنت سبل عديدة للمناقشة والحوار بين مستخدميها، سواء بين طرف وأخر، أو طرف وعدة أطرف، أو بين عدة أطراف، مع عدة أطراف أخرى، وبتفاعلية وحوارية غير مسبوقة، وغير مألوفة في وسائل الاتصال التقليدية، بيد أن بعض الدول تفرض قيودًا على بعض وسائل الحوار على الإنترنت.

بيد أن ممارسة الحق في الاتصال على الإنترنت، تقتضي توافر بعض الشروط من بينها:

4- الحق في الاتصال المباشر بالإنترنت: ويعني حق مستخدمي الإنترنت في إتاحة إمكانية الاتصال المباشر بدون قيود بالإنترنت، سواء من خلال عدم وضع برامج فلترة أو استخدام تقنيات التوسط بين المستخدم والمواقع التي يبتغيها. ويعني إتاحة الحرية كاملة أمام المستخدم للوصول المباشر للمواقع التي يريد زيارتها بدون وسيط أو وجود رقابة على نوعية المواقع التي يزورها.

5- حق الجميع في الاتصال بالإنترنت:ويعني حق مستخدمي الإنترنت في إتاحة إمكانية الاتصال بالإنترنت لهم جميعًا سواء من خلال توفير وسائل الاتصال بالإنترنت، وتخفيض أسعار الاتصال، وتسريع عمليات الاتصال، مع إتاحة المعرفة الفنية بطرق الاتصال بالإنترنت، وكيفية الاستفادة القصوى منها.

6- الحق في طلب المعلومات وتلقيها وتداولها عبر الشبكة دون قيود تعسفية:ويعني حق مستخدم الإنترنت، في طلب أي نوعية من المعلومات يريدها، والبحث عنها في أي موقع يراه مناسبًا، وحقه في تلقيها في الوقت المناسب، ومن أي جهة كانت، بدون وسيط، والاستفادة منها بالطريقة التي تفيده، بدون الافتراءات على حقوق الآخرين الفكرية، أو نسبة هذه المواد لنفسه، وحقه في تداول المعلومات التي يتلقاها مع الآخرين ومشاركتها معه، وتبادل النقاش والحوار حولها.

7- الحق في التخاطب مع الغير عبر الشبكة سواء بصورة سرية أو بدون الكشف عن الأسماء: ويعني حق جميع المستخدمين للإنترنت، في التخاطب مع أي طرف أو جماعة كانت على الإنترنت، بدون قيود، وحقهم في المشاركة بالجماعات الإخبارية أو حجرات الدردشة أو القوائم البريدية التي يرونها تتناسب مع اهتماماتهم، وتلبي احتياجاتهم، طالما يلتزمون بأدبيات الاتصال المنظمة لأعمالهم الإليكترونية، وحقهم في التخاطب مع هذه الأطراف بالصورة التي يرونها سواء أكانت علنية أو سرية، طالما قبلت هذه الأطراف مثل هذه الطرق، ودون إجبارهم للكشف عن هويتهم، وكذا حق المستخدمين في التراسل الإليكتروني مع من يشاءون، وحقهم في استخدام تقنيات التجهيل التي يرون إنها تحميهم من تطفل الآخرين، طالما تم استخدام هذه التقنيات بطريقة لا تؤذي الآخرين.

8- الحق في خصوصية الاتصال عبر الإنترنت: ويعني حق جميع مستخدمي الاتصال عبر الإنترنت، في التمتع بخصوصية اتصالاتهم، وحماية معلوماتهم وبياناتهم الشخصية التي يدلون بها، وحقهم في معرفة طرق استخدام المعلومات التي يدلون بها، وفي أي الأغراض، وحقهم في الحصول على موافقة مسبقة قبل استخدامها في أغراض أخرى، وحقهم في النفاذ إلى المواقع والأماكن التي يتواجد فيها معلومات تتعلق بهم، وحقهم في تعديلها بالشكل التي يرتضونه دون ابتزاز أو تسويف (Human Rights Watch,1998).

المبحث الثالث

الأبعاد الجديدة لمفهوم الحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات

من بين الحقوق الاتصالية التي بدأت تتغير معالمها في ضوء ثورة المعلومات ما يلي:

أولاً: الحق في الإعلام وتلقي المعلومات

من بين المفاهيم المرتبطة بالحق في الاتصال، والتي أثارت جدلاً كثيرًا في نقاشات سبعينات وثمانينات القرن الماضي، مفهوم التدفق الحر للمعلومات، وهو مفهوم نشأ بعد الحرب العالمية الثانية، ونجحت الدول الغربية بقيادة أمريكا في جعله مبدأ عالميًا، نادت به الأمم المتحدة، في مؤتمرها عام 1948، من خلال تأكيدها على أن حرية الإعلام تعد من الحريات الأساسية، وإن المعلومات الحرة الكافية هي حجر الزاوية لكل الحريات الأخرى، التي تلتزم بالعمل على تحقيقها، كما عبر دستور اليونسكو بشكل أكثر وضوحا عن حرية تدفق المعلومات، مشيرًا إلى إن مهمة المنظمة هي تنمية التعاون بين شعوب العالم لتحقيق المعرفة والتفاهم المشترك باستخدام كل وسائل الاتصال الممكنة، ودعم وتطوير نشر المعارف والمعلومات، كما قامت اليونسكو بعقد العديد من الاتفاقيات التي تجعل من التدفق الحر للمعلومات حقيقة واقعة، وكانت الفكرة المسيطرة على التفكير الدولي فيما يتعلق بالاتصال في ذلك الوقت هي وجوب عدم وضع عوائق تحول دون تدفق المعلومات بين الدول، وبما قد يحول دون ممارسة حرية الرأي، وحرية التعبير ، والحق المتساوي في الوصول لوسائل الإعلام، وضمان تدفق المعلومات عبر الحدود القومية دون عوائق (حسن عماد، 1989: 297-330)، وتم تبرير المطالبة بذلك، على أساس إنه يتسق مع مفاهيم الليبرالية والحرية الفردية، ويعد أساسًا لممارسة الصحافة الحرة (Servaes,1998).

ومع بداية السبعينات، اتضح أن حرية تدفق المعلومات ليست سوي حرية القوي في السيطرة، وحرية الضعيف في التلقي، وبدا أن الدول التي تسيطر على وسائل الإنتاج، وتملك حق تصديرها إلى العالم، هي التي تسيطر أيضا على مضمون وسائل الإعلام، وتتحكم في تدفق المعلومات، وأن مضامين الخدمات الإخبارية العالمية، التي تركز غالبًا على اهتمامات الدول المتقدمة، تعكس القيم الغربية ومصالح هذه الدول، وأن الدول الغربية استغلت المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، للسيطرة على تدفق الأنباء الذي اتسم بالاختلال وعدم التوازن، وهو ما أثار حفيظة دول العالم الثالث، التي ما فتئت تطالب بتحقيق تدفق حر ومتوازن للمعلومات، والتحرر من سيطرة الدول الغربية ووكالات أنباءها، وتحكمها في تدفق الأخبار ومحتواها، على اعتبار أن أخبار تلك الوكالات تتدفق في اتجاه واحد فقط من الشمال إلى الجنوب، وهو ما يشكل تهديدًا ثقافيًا للدول النامية، وكانت هذه الوكالات الدولية تدافع عن مبدأ التدفق الحر للمعلومات، وتزعم أنها تتوخى الصدق والموضوعية في نقل الأخبار، وتمخضت مطالب دول العالم الثالث في المطالبة بنظام إعلامي عالمي جديد، أبرز معالمه تقرير "لجنة ماكبرايد"، وهي لجنة سعت للوصول إلى حلول لمشكلة عدم التوازن الإعلامي بين الشمال والجنوب، ومن بين 82 توصية أصدرتها ، ركزت بعضها على ضرورة التخلص من عدم التوازن الإعلامي بين الدول، وتقليل الطابع التجاري في وسائل الإعلام، واستخدام وسائل الإعلام لمساعدة الشعوب المقهورة، والاعتراف بحرية الصحافة، وحرية المعلومات، بيد أن ما أحدثه هذه التقرير بين دول العالم الثالث وبعض الدول الغربية وخاصة أمريكا وبريطانيا، من خلافات وتصادمات، فضلاً عن عوامل أخرى، أدي إلى تراجع المطالبة بما طرحه من أفكار.

وفي عام 1989 أصدرت اليونسكو لائحة تؤكد على القضاء على التفاوت القائم وتحقيق التوازن والتكافؤ بين الأمم، واحترام مبدأ التدفق الحر للمعلومات في كافة البلدان ، وكان موقف الدول الصناعية واضحا في الإلحاح على مبدأ التدفق الحر للمعلومات، ولم ترفض البلدان النامية هذا الأمر، غير إنها شددت على فكرة التدفق

المتكافئ، وطلبت المساعدة لتطوير إمكانياتها الإعلامية من اجل الاقتراب من التوازن في تبادل المعلومات، والمشاركة، ووضع قواعد أخلاقية لسلوك مسئول يحترم حقوق الإنسان دون تمييز، وتقليل الهوة في مجال الإعلام حتى لا تبقي البلدان النامية في وضع التبعية المطلقة لمن يمتلك التكنولوجيا الجديدة للاتصال.

ومع انهيار النظام الشيوعي وتراجع الدول النامية عن مطالبها، تغيرت الخريطة العالمية، وفي مايو 1990 تبنت لجنة الإعلام في الأمم المتحدة لائحة تحت عنوان الإعلام في خدمة الإنسانية تنص على ضرورة الحد من اختلال التوازن، وأوجه التفاوت، والمساعدة في تحديث وتطوير قطاع الاتصالات ، بيد إنه تم استبدال عبارة القضاء على اختلال التوازن وأوجه التفاوت، بعبارة الحد من اختلال التوازن وأوجه التفاوت، وهو ما دعا وزراء خارجية دول عدم الانحياز في إبريل 1997 إلى الدعوة إلى توظيف تقنيات الاتصال الحديثة لمعالجة مظاهر التفاوت والاختلال في مجالات الإعلام (المصمودي، 1997 :240 – 241).

بينما تمثل الرد الغربي على الانتقادات الموجهة للتدفق الحر للمعلومات في النظام الإعلامي العالمي الجديد بالدعوة لتبني مجتمع المعلومات (Dick, 2000)، وتم تشجيع الدول النامية على الدخول لعصر المعلومات، في وقت لا تمتلك فيه التقنيات المتخصصة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأت بعض الدول الغربية في تقديم مساعدات ثنائية لمشروعات معينة في بعض دول العالم الثالث، وهو ما أثار المخاوف من أن تكون هذه الدعوة، وهذه المبادرات، هي مجرد شكل جديد من أشكال الهيمنة الثقافية والاقتصادية، بحيث يقتصر دور الدول النامية في مجتمع المعلومات، على فتح أسواقها للتجارة الحرة، و للشركات متعددة الجنسيات العاملة في مجال الاتصال Roach, (1997)، وهو ما بدأت ملامحه تتضح، في ظل تزايد التوجه الأحادي، لمسارات التدفق الإخباري والمعلوماتي، من الشمال إلى الجنوب، محدثًا عدم توازن وخلل إعلامي أكبر مما سلفه، وذلك بفعل تصاعد الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، واندماج

الوسائل الاتصالية مع بعضها البعض، وزيادة حالات اندماج عدد كبير من موردي المعلومات والأخبار، وتركزها في عدد قليل، وهو ما يترك آثارًا عديدة على ممارسة الحق في الاتصال، وتداول وتلقي المعلومات في دول الجنوب.

وفي الوقت الذي تثير فيه ثورة المعلومات وتقنياتها إمكانية استغلالها وتوظيفها بشكل أكبر، لتفعيل عملية التدفق الإخباري والمعلوماتي المتعدد الاتجاهات والتفاعلي، وفي الوقت الذي يمكن أن تضع فيه هذه الثورة، في يد دول العالم الثالث آليات التحرر من التدفق غير المتوازن للأخبار والمعلومات، وتساعدها على تغيير طبيعة واتجاه هذا التدفق، فإن ثمة عوائق عديدة تقف أمام تحقيق هذا الهدف، أهمها وجود فجوة اتصالية كبيرة بين الشمال والجنوب، وضعف البنية الاتصالية التحتية في معظم دول الجنوب.

ويمكن رصد معالم التدفق الإخباري والمعلوماتي في ظل ثورة المعلومات، في علاقته بالحق في الاتصال، سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات أو الدول، في الأبعاد التالية:

أولاً: بينما كان الهدف الطموح نحو تفعيل التدفق الحر للمعلومات، مقيدًا في الماضي بقيود الحدود الجغرافية والسياسية والاقتصادية، والقيود التقنية لوسائل الاتصال، فإن هذا التدفق أصبح حقيقة واقعة بفعل زوال معظم العوائق القديمة التي ساعدت ثورة المعلومات في القضاء عليها، حيث أصبح ممكنًا القيام بنشر الأخبار وبثها، من أي مكان، ومن أي موقع، وبعيدًا عن أعين السلطات الرقابية، كما أصبح ممكنًا تلقي المعلومات في حينها، ومن أكثر من مصدر، وتبادل أدوار الإرسال والتلقي في ذات الوقت، أو في الأوقات التي يرغب فيها الفرد، كما أصبح ممكنًا للفرد تأسيس وسيلته الاتصالية الخاصة، سواء في الإرسال أو التلقي، ولكن نظرًا لصعوبة الوصول إلى شبكات المعلومات للغالبية العظمي من المواطنين لأسباب تتعلق بانتشار الأمية والفقر علاوة على القيود السياسية ، فإن هذا التدفق لا يعدو أن يكون وسيلة من وسائل تدعيم الصمت لدي الأغلبية العظمي الذين يلجئون إلى البرامج الترفيهية

والرياضية، مما يعد صورة من صور التخدير وتزييف الوعي بالواقع، بدلا من التعامل مع هذا الواقع، والعمل على تغييره إلى الأفضل (حمدي حسن، 1999).

ثانيًا: رغم التزايد الهائل في حجم المعلومات المتدفقة عبر العالم ونوعيتها، وانتشار مقولة اقتسام المعرفة عبر الشبكة الكونية للمعلومات والاتصالات، فإن المشكلة الرئيسية تكمن في سوء توزيع هذه المعلومات، أو توزيعها على نحو غير مناسب، فبينما يتمتع بعض سكان العالم بوفرة في المعلومات والأخبار، يوجد فقر شديد في المعلومات لدي سكان آخرين، ولا يقتصر سوء توزيع المعلومات فيما بين أقاليم العالم أو دوله فحسب، وإنما يمتد أيضا داخل كل دوله ، فخيوط تكنولوجيا المعلومات تتجمع في أيدي عدد قليل من الدول و المؤسسات العملاقة، والتي تتحكم في صناعة المعلومات، ونقلها، وتشغيلها، واختزانها واسترجاعها، ومن ثم تساعد التكنولوجيا الجديدة على تركيز السلطة في أقل عدد من الأيدي، سواء على المستوي الوطني أو الدولي (حسن عماد، 1997: 35)، فعلي سبيل المثال، فإن مستخدمي الإنترنت لا يزيدون عن نسبة 0.,9٪ فقط من سكان العالم، وهو رقم ضئيل جدا من إجمالي البشر، وهو ما يشير إلى إن الغالبية العظمي من المساهمين في التدفق الإخباري والمعلوماتي على الشبكات الإليكترونية يتركزون غالبًا في دول الشمال، سواء منتجين لهذا التدفق أو مستهلكين له، ويستخدمون غالبًا اللغة الإنجليزية، ويعتمدون على مصادر غربية في استقاء الإنباء وتداولها.

ثالثًا: بينما توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إمكانية تحقيق التوازن في التدفق المعلوماتي، باعتبار أن ذات الوسائل في حال توافرها، تمكن الطرفان من تبادل وتناقل المعلومات، إلا أن توافر هذه الوسائل، سواء من ناحية الكم، أو المواصفات، يتباين بشدة، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو الدول، وتكشف المؤشرات الكمية عن وجود فجوة كبيرة، بين دول الشمال ودول الجنوب، في أجهزة الاتصال ومعداته وموارده، وهو ما يزيد بالتالي من كم التوجه الأحادي الرأسي من الشمال للجنوب، بل

وتسفر ثورة المعلومات عن حقائق أكثر خطورة في هذا الصدد، تتعلق بقدرتها على تجديد هذا الاختلال، وترسيخه، وتعميق أبعاده، بفعل قدرتها على الحفظ والاسترجاع وسهولة النسخ والتوزيع والتوثيق، وغيرها من عمليات تداول ومعالجة المعلومات والأخبار والمنتجات الثقافية الأخرى، وهو ما يجعل من واقع الاختلال وعدم التوازن حقيقة ممتدة، وليست حدثًا وقتيًا، ويجعل بلايين من البشر، متلقين سلبيين، ومحرومين من ممارسة حقهم في الاتصال، فضلاً عن أن ضعف البنية التحتية الاتصالية في دول الجنوب، يعوق قدرتها على المشاركة الفعالة في تحقيق هذا التدفق المتعدد الاتجاهات، كما إن حرص الدول الصناعية المتقدمة على استمرار حالة الاختلال الإعلامي والتدفق غير المتوازن للأخبار والمعلومات في الساحة الدولية، يعني انتقال التدفق الإخباري الأحادي من عالم وسائل الإعلام التقليدية، إلى عالم وسائل الاتصال الجديدة، وعدم اقتصار هذا الاختلال، على وسائل الإعلام التقليدية، ومن ثم زاد عدد الذين يعانون من هذا التدفق غير المتوازن في المعلومات والمعرفة والأخبار، وهو ما يعني بالتالي افتقار الغالبية العظمي من البشر للقدرة على المشاركة في هذا التدفق، سواء من حيث عدم توافر إمكانيات الإرسال والبث، أو عدم توافر إمكانيات التلقي والاستقبال، فضلاً عن فروق السرعة والكفاءة في الإنجاز والمساهمة.

رابعًا: تشير الشواهد إلى أن التدفق الحر للمعلومات في عصر العولمة يتميز بطبيعة مراوغة ذات أبعاد متناقضة، فهو لا يؤدي بالضرورة إلى حرية التعبير، وقد أكدت ذلك أحداث التسعينيات وأبرزها حرب الخليج، حيث ثبت أن التدفق الحر للمعلومات لن ينهي عصر الرقابة على المعلومات، فلكل عصر أدواته الرقابية ، التي تحمي مصالح المتحكمين في السوق العالمية؛ كما لوحظ أن سقوط الحواجز الثقافية وجميع العوائق الأخرى أمام التدفق الحر للمعلومات والأفكار، لم يحقق التنوع والتعدد في الآراء والأفكار بما يثري الثقافة الإنسانية، وذلك بسبب هيمنة عدد محدود من الشركات العملاقة على النشاط الإعلامي والمعلومات في العالم.

خامسًا: أدي الاتجاه لتفتيت الاتصال الجماهيري من أجل تنويع الخدمة الإعلامية، وما تتميز به تكنولوجيا الاتصال الجديدة من سمات اللاجماهيرية واللاتزامنية والتفاعلية والحركية والشيوع والانتشار، إلى التركيز على الفرد الذي أصبح هدفا رئيسيا للاتصال الإلكتروني، مما أدي إلى حدوث تفكيك في منظومة العلاقات والقيم الاجتماعية، وبحيث أصبحت العلاقة أحادية بين مرسل الرسالة الإعلامية ومستقبلها، وأصبح مؤشر التقدم في هذه العلاقة هو سرعة بث المعلومات، حتى ولو تم ذلك على حساب اعتبارات المعرفة، فأبرز سلبيات التدفق الحر للمعلومات، هي غياب الاستراتيجية التي تنظم استخدام هذه المعلومات، كما أن زيادة المعلومات لا يؤدي بالضرورة إلى تكوين معرفة صحيحة ومتكاملة، ، فضلاً عن أن المغزى الحقيقي ليس في تدفق المعلومات والأخبار، وإنما في كيفية استخدامها.

سادسًا: فيما يتعلق بالخلاف التقليدي حول تدفق الأخبار الدولية، فإن الصورة حاليًا تتمثل في تحكم ثلاثة وكالات فقط اسوسيتدبرس ورويتر والفرنسية، وتركيز وكالات الأخبار التليفزيونية في أربع وكالات هي رويتر و CNN, ABTV, WTN، وهي جميعا تنتمي لأمريكا وبريطانيا، وتنقل الأخبار من منظور غربي، وتركز على الأسواق الدولية عبر العالم، وتروج لعولمة الأسواق الدولية، ونمط الاقتصاد الحر، وتستند لقيم الأخبار الغربية مثل السرعة والجدة والصراع والسلبية والإثارة والنظر إلى الأخبار بوصفها سلعة قابلة للبيع والشراء وخاضعة لقانون العرض والطلب، وهو ما يعني أن التدفق الإخباري الحالي مازال قائما على التركيز والهيمنة، وليس التعدد والتنوع، وعلي التجانس في الموضوعات والتوجهات، حيث يعتمد الإعلاميون في أنحاء العالم على عدد قليل من المصادر أو الوكالات، وهذا يتناقض مع مبدأ السوق الحرة للأفكار، (ليلي حسين، 1999)، ومع الحق في الاتصال. ومن ناحية أخرى، حدث تحول في بعض القضايا المرتبطة بتنظيم التدفق الدولي للأخبار والمعلومات، فبينما كانت الدول الغربية تعارض هذا المبدأ، فإن ثمة مؤشرات على وجود تحول في هذا الموقف، فطبيعة تقنيات الاتصال الحديثة، و الطريق السريع للمعلومات في حد ذاتها تحتاج إلى تنظيم بين

الأطراف المشاركة فيها، والاتفاق على قواعد النقل والتبادل والقوانين والتشريعات المنظمة لذلك، وهو ما تنادي به أصوات متعددة من الأفراد ، ومن القطاع الخاص، ومن العالم الأول، والعالم الثالث، كما أن هناك قضايا ملحة تحتاج للتنظيم والاتفاق حولها مثل حق الترددات، وحقوق الملكية الفكرية، والحق في الخصوصية، وقواعد ضمان سلامة أمن المعلومات، وممارسة التجارة الإليكترونية، في العصر الرقمي.

ثانيًا : الحق في الاتصال وحرية التعبير الإليكتروني

مع صعود نجم ثورة المعلومات، بدأ مفهوم حرية التعبير يكتسب ملامح جديدة، في ظل تغير طبيعة المؤثرات التي كانت تتحكم فيه، وظهر مفهوم جديد، هو حرية التعبير الإليكتروني، ومقابلها الرقابة الإليكترونية، كما بدأت تتغير طبيعة علاقته بمفهوم الحق في الاتصال، إذ أزيلت أبرز العقبات التي كانت تقف حجر عثرة أمام ممارسته في ظل النظام القديم مثل القيود السياسية، وقيود الوقت والمساحة، والخوف من الرقابة، وقهر حراس البوابة التقليدين ... الخ وأصبح السؤال الآن هو إلى أي مدى يستفيد الأفراد من الآفاق الجديدة لحرية التعبير الإليكتروني؟ وإلي أي مدى يمكنهم الوصول إلى هذه الشبكات الرقمية الجديدة للتعبير عن أنفسهم بحرية؟ وهل يتمتعون بنفس الحق في الاتصال في هذا العالم الافتراضي؟ وهل ثمة إمكانية لوضع قواعد منظمة لهذه الظاهرة الجديدة؟ ومن الذي سيحدد هذه القواعد؟ وما هي مسئوليات الأفراد والمؤسسات في حالة تمتعهم بهذا الحق؟.

ففي ظل ثورة المعلومات، تبدو الإنترنت وسيلة واعدة وغير مسبوقة في مجال حرية التعبير، فلأول مرة منذ الميثاق العالمي لحقوق الإنسان عام 1948، أصبح الأفراد قادرون على ممارسة حقهم في التعبير عن أنفسهم على أساس عالمي حقيقي، بغض النظر عن الحدود، وأصبح بمقدور أي إنسان أو أية مجموعة لها معتقداتها الدينية أو السياسية أو الاجتماعية أن تبث ما تعتقده عبرها، ووضع ما تريده من معلومات أو بيانات عليها وأصبح بمقدور كل منهم، صناعة وسيلته الاتصالية الخاصة، ومنبره

التعبيري الحر، عن آرائه ومعتقداته وأفكاره، بدون تدخل يذكر حتى الآن على الأقل، كما أخذت حقوقهم الاتصالية، تتشكل بأثواب جديدة، في ظل هذا الفضاء الإليكتروني الرحب، حيث أصبح بمقدورهم بث، وإرسال، وتلقي، واستقبال المعلومات، بحرية (غالبًا)، وبدون قيود أو ضغوط، والإسهام في النقاش والحوار على ساحة أرض دولية، وبأشكال جديدة من التعبير لم يعهدها البشر من قبل، وأصبحت تمثل لهم بديلا، ومصدرًا مغايرًا للمعلومات والآراء والأفكار. وفي مقابل هذه الإمكانيات، اختلطت ساحة الحوار والتعبير الإليكتروني بالغث والسمين من الآراء، والضار والمفيد منها، وتباينت مواقف الحكومات منها، فبينما شجعت بعضها مواطنيها على ممارسة هذا النوع الجديد من وسائل التعبير عن أنفسهم، وإدارة الحوار السياسي معها عبرها، فإن حكومات أخرى واجهت هذه الظاهرة الجديدة، بطرق جديدة أيضًا متمثلة في ظاهرة الرقابة الإليكترونية، والتي من بين وسائلها:

1- القوانين الخاصة بالإنترنت، حيث جرمت أكثر من 20 دولة أشكال التعبير على الإنترنت، وسنت قوانين خاصة لحجب ومنع الوصول للإنترنت، من بينها كوبا وكوريا الشمالية، حيث قيدت هذه الدول وصول أفرادها للإنترنت، واشترطت على مستخدمي الإنترنت وموردي خدمات الإنترنت ضرورة الحصول على ترخيص للوصول للإنترنت، وتسجيل أسمائهم لدي السلطات الحكومية المعنية، وبعضهم قيد عدد بوابات الوصول للإنترنت بواحدة فقط، تخضع للسيطرة الحكومية، أو تشرف عليها هيئة المواصلات السلكية واللاسلكية التابعة للدولة، والبعض الأخر فرض قيودًا مشددة على حرية التعبير الإليكتروني أكثر من تلك المفروض على وسائل التعبير الأخرى التقليدية، وتعاملت بعضها مع الإنترنت كوسيلة مشابهة لوسائل الإعلام التقليدية مثل سنغافورة، حيث تشترط على موردي خدمات الاتصال بالإنترنت الحصول على ترخيص من السلطات المعنية بالاتصالات الإذاعية، كما قامت بعض الدول بفرض رقابة على محتوي الوصول للإنترنت، ولجأت بعض الحكومات إلى طرق أخرى لتقييد حرية تدفق المعلومات عبر الشبكة، باستخدام برنامج وسيط (Proxy

Server)، وهي برامج خاصة تعترض سبيل تدفق المعلومات من بين المصدر والمستقبل لغربلتها ومنع استقبال مواد معينة.

ومن بين المبررات الحكومية لفرض الرقابة على الإنترنت حماية الأطفال من التعرض للمواد الجنسية والعنف، والرقابة على الأفكار التي تنتهك حرمة الآداب العامة أو تخدش الحياء أو الأخلاق العامة، وحماية المجتمع من المعلومات الزائفة أو المضللة، والدفاع عن الأمن القومي أو التجاري بمنع توزيع التشفير، وبرامج الهكرة، وحماية الحكومات والشركات من كشف وتدمير أسرار تجارتهم، وحماية الخصوصية بتنظيم تبادل المعلومات الشخصية، و نزع أسلحة الإرهابيين بمنع توزيع معلوماتهم إليكترونيا ، ومنع الاتصالات بين المجرمين وخاصة الهكرة والقراصنة للإنترنت، والرقابة على الصور والأخبار والبيانات التي ترى إنها سرية، وان إفشاءها يضر بالأمن القومي أو الصالح العام ، كما تفرض بعضها الرقابة على الإنترنت بهدف منع الوصول إلى المنظمات التي تدافع عن حرية التعبير، وتوجيه انتقاداته إليها.

2- تطبيق القوانين المعمول بها: حيث تعمد بعض الحكومات إلى تقييد حرية التعبير على الإنترنت بدون سن قوانين خاصة بها؛ فالحكومة الألمانية عندما استهدفت شركة كمبيوسيرف لتوفيرها الوصول لمعلومات رأت إنها غير قانونية، لم يتطلب الأمر منها سن قانون جديد، بل تمت معاقبتها وفقًا للمعلومات الأمنية التي رأت أن أنشطة الشركة تنتهك القوانين المعمول بها في ألمانيا. وفي بورما منعت السلطات مستخدمي الإنترنت فيها من بث أي مواد سياسية على الشبكة، وتحظر ميانمار استخدام المواقع التي ترى أنها تضر بسياسات الحكومة. وفي معظم البلدان التي لم تصدر قوانين خاصة بالإنترنت، طبقت القيود المفروضة على حرية التعبير والصحافة على المواد المتداولة عبر الشبكة.

3- الاعتبارات المتعلقة بترخيص محتوي معين لمستخدمي الإنترنت وموردي الخدمة: حيث أصدرت بعض الدول مثل الصين وسنغافورة أنظمة للترخيص تتطلب من

مستخدمي الإنترنت وموردي الخدمة ضرورة الموافقة على منع أو حجب أنواع معينة من التعبير أو حجب الوصول إليه، كما تشترط عليهم منع وصول الأفراد إلى المواقع الأجنبية أو الجماعات الإخبارية، التي ترى إنها ضارة بأخلاقيات المجتمع ، كما تفرض عبئًا ثقيلاً على الشركات المقدمة لخدمات الإنترنت، بإجبارهم على العمل كأجهزة رقابية للدولة على المواد المبثوثة على الشبكات الإلكترونية.

4- الاستخدام الإجباري لأدوات التصنيف والتصفية والترتيب، وهي تقنيات تمنع الأفراد من استخدام الإنترنت للوصول إلى الموضوعات الخلافية و غير المقبولة من قبل الجهات الحكومية، وهو ما يعني تقييد التدفق الحر للمعلومات، وانتهاك حق الفرد في الاتصال، ويتم ذلك أما باستخدام برامج للفلترة والتصفية والتنقية للموضوعات غير المرغوبة، أو فرض نظام للترتيب والعنونة والتصنيف على محتوي الإنترنت، بهدف منع الوصول لمواقع معينة تتضمن محتويات معينة باستخدام مصطلحات محددة، وقد رأت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (1998) أن هذه الأنظمة تعوق التدفق الحر للمعلومات، وتؤدي إلى تشويه التنوع الثقافي وتقود لسيطرة آراء معينة، كما تؤدي إلى تشويه البنية التحتية للإنترنت بإجبارها على العمل وفق مقتضيات الترتيب والعنونة والفهرسة التي تفرضها هذه الجهات.

ولكن المحاولات الحكومية لفرض الرقابة على الإنترنت تصطدم بالعديد من العقبات منها: أن الكثير من المستخدمين ينظرون إلى أن فرض الرقابة على الإنترنت يحد من حريتهم في تبادل المعلومات، ويعيق انتشارها واستفادتهم منها، ويقضي على الكثير من المزايا التي تتمتع بها الإنترنت، كما أن التطور التكنولوجي يؤدي إلى تقليص قدرة أي برمجيات تستخدمها الحكومة لفرض رقابة على الإنترنت، وهو ما يمثل تحديا كبيرًا لسلطاتها، وخاصة مع صعوبة مواكبة التنظيم الحكومي للإنترنت للتطور التكنولوجي وبرمجياته، كما تصطدم هذه المحاولات بصعوبة تحديد طبيعة الموضوعات الممنوعة، وكيفية منع ظهورها، حيث توجد مواضيع غير مدرجة ضمن القوانين الحكومية المتصلة بالرقابة في مجالات متعددة ومتنوعة، فضلاً عن اختلاف الشرائع

والقوانين من دولة لأخرى، فبعض النشاطات، تعد قانونية في بعض البلدان، ومحتملة في بلدان أخرى، وممنوعة في غيرها، فكيف يمكن السماح بإظهارها في دولة ومنعها أو الحد منها في دول أخرى.

حرية التعبير الإليكتروني والحق في استخدام أسماء مجهلة:

من بين المزايا التي توفرها ثورة المعلومات للحق في الاتصال إمكانية ممارسة حرية التعبير الإليكتروني بشكل مجهل، وبدون الكشف عن هوية الشخص، وهو أمر تكفله بعض المواثيق والقوانين الدولية، ولكن تتباين مواقف الحكومات منه، فبينما تعمل بعض الحكومات على توسيع تقنيات التجهيل، مثل هولندا وكندا وألمانيا التي تبنت مؤخرا تشريعًا يشجع على تبني أنظمة الدفع المجهل على الإنترنت، فإن هناك حكومات أخرى تسعي إلى تحجيم استخدام تقنيات التجهيل.

التنظيم الذاتي للإنترنت في مقابل الرقابة الحكومية:

في مقابل رفض الرقابة على الإنترنت، طرحت بشدة فكرة الرقابة الذاتية على محتوي الإنترنت، بمعني تفعيل قدرات الأفراد على الاختيار من بين المحتوي الاتصالي المبثوث على الإنترنت فيما بينهم، أو قيام مجموعة من الأفراد أو المؤسسات بتنظيم محتوي الإنترنت، بما يتوافق مع مصلحتهم، وبالرغم من وجاهة الفكرة، بتخويلها الفرد الثقة في اختيار قرار التعرض لمواد معينة دون غيرها، فإن ما هو مطروح من أفكار حتى الآن يتركز حول تخويل موردي الخدمات الاتصالية عبر الإنترنت سلطة حجب وصول الأفراد المشتركين لديهم لبعض المواقع، ومثل هذا النوع من الرقابة المخصصة "privatized censorship". يصعب تحديد أبعادها، كما تجعل هؤلاء الموردين بمثابة وكلاء رقابة حكوميين على اتصال الأفراد بالإنترنت، وقد يميلون إلى فرض رقابة أكثر على المواد التي قد تتسبب في حدوث إشكاليات لهم، بغض النظر عن احترام حق التعبير والالتزام بالقوانين والمواثيق الدولية التي تحميها.

وسائل تفعيل حرية التعبير الإليكتروني:

لا تتطلب حماية الحق في الاتصال وحرية التعبير عبر شبكة الإنترنت وضع سياسات خاصة بهذه الشبكة تحترم هذه الحقوق فحسب، بل تقتضي أيضًا إيجاد بيئة تكفل حمايتها بوجه عام، فالقيود التي تعاني منها شبكة الإنترنت في كثير من البلدان لا تنبع من اللوائح التي تنظم استخدامها، بقدر ما هي نابعة من قوانين العقوبات والصحافة والنشر والمحاذير غير الرسمية السابقة على دخول الشبكة، وحمايةً لهذه الحقوق وتعزيزاً لها، يتعين الالتزام بالمبادئ الآتية لتفعيل حرية التعبير الإليكتروني:

1- ضمان الحق الدولي في الاتصال وحرية التعبير بوجه عام، وضمان انسجام جميع اللوائح الخاصة بتنظيم الاتصالات الإلكترونية مع هذا الحق باعتباره إنه من الحقوق المعترف بها عالمياً.

2- اعتبار حرية الدخول على شبكة الإنترنت لتلقي المعلومات وتداولها جزءًا لا يتجزأ من الحق في الاتصال وحرية التعبير، وتيسير سبل الانتفاع بوسائل الاتصال الإلكترونية أمام المواطنين، وجعلها تكلفتها في متناولهم جميعاً دون أي تمييز.

3- وضع آليات الرقابة، إن وجدت، في يد مستخدمي الشبكة وليس الحكومات، فعلي عاتق المستخدمين النهائيين للإنترنت وحدهم تقع مسؤولية تحديد ما يرغبون في حجبه أو غربلته من المواد التي يستقبلونها، واختيار الوسائل التي تحقق ذلك.، حيث يمكن لمستخدم الشبكة، إن أراد، أن يختار من بين مجموعة واسعة متنوعة من البرامج الرقابية التي تنقي محتوى ما يستقبله من المواد المنقولة على الإنترنت.

4- يجب عدم تحميل ناقلي البيانات، مثل الشركات التي تقدم خدمات الإنترنت، المسؤولية عن محتوى مواد الشبكة، وأن تقتصر المسؤولية على "مصدر" المادة أو مؤلفها وليس "ناقلها" أو "موصلها".

5- لا ينبغي للرقابة الحكومية على الاتصالات الإلكترونية أن تخل بحق الفرد في أن

تُحترم خصوصياته، أو حقوقه المدنية؛ وأن تتبع الإجراءات القانونية الشرعية في ممارستها.

6- السماح للأفراد باستخدام نظم التشفير القوية، وإرسال واستقبال رسائل مُرمزة أو مشفرة؛ وعدم إجبارهم على الحصول على إذن خاص بذلك، أو إرغامهم على إطلاع طرف ثالث على الآليات التي تسمح بفك شفرات الرسائل، فالحكومات تمتلك أدوات فعالة أخرى لتنفيذ القانون، مما يجعلها في غنىً عن هذا الإجراء، مثل فرض الرقابة وإجراءات التفتيش والضبط، ولكن ينبغي أن تتمشى هذه الإجراءات مع أحكام القانون الدولي لحقوق الإنسان.

7- حق الإفراد إرسال واستقبال المعلومات دون الكشف عن أسمائهم، حال استعمالهم الإنترنت و تبادلهم المعلومات والآراء عبرها، إلا في الحالات الضرورية Human Rights Watch,1998).

ثالثًا : الحق في الاتصال والحق في حماية الخصوصية في مجتمع ثورة المعلومات :

يعد الحق في حماية الخصوصية من بين الحقوق التي نصت عليها الإعلانات والمواثيق الدولية الخاصة بحقوق الإنسان، وهو يمثل بعدًا أساسيًا ضمن الحق في الاتصال، بيد أن هذا الحق يتعرض لتحديات عديدة في ظل ثورة المعلومات، كما بدأت تتغير ملامحه وأبعاده، مع انتشار أجهزة الحاسب الآلي والشبكات، وخدمات المعلومات الإليكترونية، والبيانات الرقمية، والإنترنت، وزيادة القدرة على خلق ومعالجة وتخزين ونقل وتوصيل المعلومات الرقمية، وأصبح السؤال الآن يدور حول كيفية الحفاظ على الحق في الخصوصية، في وقت تتزايد فيه آليات اختراقها؟ وكيفية العمل على تشجيع التطور التكنولوجي، ولكن ليس على حساب حماية الحياة الخاصة؟ وكيفية السماح للأفراد بإرسال وتلقي المعلومات بدون رقابة على حرية اتصالاتهم؟

والحق في الخصوصية هو حق الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات بأن تقرر لنفسها

متى وكيف والي أي مدى يجري نقل المعلومات عنها إلى الآخرين"، والمعني المبسط له هو(حرية الفرد بأن يترك في حاله Right to be left alone دونما تدخل أو تطفل من الآخرين) ولكنه الآن – في ظل ثورة المعلومات- لا يعني فقط، حق الفرد في أن يترك بمفرده، بل يشمل أيضًا حقه في التحكم في نوعية المعلومات التي تقدم له، وحقه في التحكم في نوعية المعلومات الخاصة به، وحقه في معرفة كيفية توظيفها واستخدامها، وحقه في الاطلاع على ما يخصه من بيانات ومعلومات وتصحيحها. ومن بين الفوائد التي يحققها التمتع بهذا الحق، ممارسة الفرد للاستقلال الذاتي، والتحرر من الرقابة العامة، والحق في الاستمتاع بالحياة الخاصة، والحق في التحكم في المعلومات الخاصة بالنفس، والحق في التحكم في الوصول إلى العوالم الخاصة، والحق في تقليل التطفل إلى أدني حد ممكن، والحق في التمتع بالتجهيل، والحق في السرية.

وتتمثل أبعاد العلاقة بين ثورة المعلومات والحق في الخصوصية، في أن التكنولوجيا وأجهزة الكمبيوتر التي تصاعد شأنها في الآونة الأخيرة لمساعدة الحكومات والصناعات والمؤسسات لتنظيم أعمالهم، أصبحت تمثل خطرًا على الحرية الشخصية للأفراد، وتتزايد هذه الخطورة مع ارتفاع نجم الإنترنت، والشبكات الرقمية المتكاملة، والطرق السريعة للمعلومات، وتقدم تقنيات جمع المعلومات إليكترونيا Online Information Gathering، إذ تضاعفت إمكانيات جمع المعلومات وتحليليها ونقلها واسترجاعها رقميا، وإعادة استخدامها، وهو أمر يساعد في رسم بروفيل محدد المعالم عن كل فرد، يمكن استخدامه في وجوه متعددة، بعضها مفيد والآخر ضار، والأخطر من ذلك دخول هذه المعلومات إلى عالم التجارة، وخلق سوق خاصة بها، وتزايد أعداد المطلعين عليها، وذلك في غيبة من القوانين الدولية الصارمة، وتباين النصوص القانونية المحلية التي تشرع لها، وهو ما دعا إلى التأكيد على ضرورة احترام حق الخصوصية في الاحتفال بالذكري الخمسين لإعلان حقوق الإنسان، وجري تحديد يوم الخامس عشر من يناير من كل عام، كيوم عالمي للدفاع عن الخصوصية على الإنترنت (Internet Privacy Day)، بدءًا من العام 2000.

ومن الصور الأخرى لانتهاك الخصوصية، التلصص على البريد الإليكتروني، واقتفاء أثر مستخدمي الشبكة، ومعرفة المواقع التي زاروها، وعاداتهم، وآرائهم واتصالاتهم، وقيام بعض موردي الخدمات بمتابعة تحركات المستخدمين، ومتاجرة بعض الشركات التجارية بالمعلومات الخاصة بالأفراد، كسلعة في سوق المعلومات، ووجود الكثير من برامج الكمبيوتر والإنترنت التي يمكن توظيفها لاختراق خصوصية الآخرين، وإمكانية إساءة استخدام المعلومات المتوافرة على الشبكات الرقمية المتصلة ببعضها سواء بشكل رسمي أو غير رسمي.

ومن القضايا الأخرى التي تربط بين الحق في الخصوصية والحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات، إنه بينما يضمن الحق في الخصوصية، حق الفرد في أن يقرر ما يكشفه عن نفسه، فإن الخصوصية تتعارض مع قيم مهمة مثل مصلحة المجتمع في تيسير حرية التعبير، ومنع الجريمة والمعاقبة عليها، وحماية الملكية الخاصة، وتيسير الأعمال الحكومية على نحو يتسم بالكفاءة، وبقدر ما تتعارض الحماية القانونية والعادات الاجتماعية المتعلقة بالخصوصية مع الحصول على المعلومات واستخدامها، فإن الخصوصية يمكن أن تتعارض أيضا مع مصلحة الأشخاص الذين تتم حماية خصوصيتهم. كما يوجد تعارض بين قضايا الخصوصية وقضايا الأمن والتشفير، حيث تمنع بعض الدول استخدام تقنيات التشفير المتقدمة، ولا تسمح بنقلها للخارج، حرصًا منها على حماية مصالحها من جهة، وعلي إعطاء نفسها حق التصنت على الآخرين، ومعرفة أسرارهم. كما تحد تشريعات بعض الدول من قدرات مواطنيها على ابتكار برمجيات جديدة تساعد في تشفير الرسائل والمعلومات، سعيًا لتحقيق أكبر قدر من السرية لها، وذلك بحجة عدم اختراق المعلومات العسكرية والحساسة، ومع التسليم بحق الحكومات للقيام بعمل كهذا، إلا إنه لا يجب تعويق التطور التقني في هذا المجال.

والجانب الآخر في قضية التشفير، إنه بينما تساعد بعض تقنياتها على خلق شمولية وانضباط في عملية تداول المعلومات، فإن البعض الآخر منها يثير فوضي في عالم

المعلومات، كما أن التزيد في استخدام برامج التشفير يهدد أنشطة رجال الإعلام وغيرهم ممن يعملون في مجالات حرية التعبير، وبينما يعتبر الأمن والتشفير أمرين ضروريين للاستخدام التجاري لتكنولوجيا وخدمات المعلومات، وممارسة التجارة الإليكترونية، فإن سهولة الوصول للمعلومات الخاصة بالأفراد كمستهلكين يؤدي إلى استغلال هذه المعلومات تجاريًا، وهو ما ينتهك حقًا أصيلاً للأفراد.

وتثار في هذا الصدد أيضًا، قضية حق الفرد في التجهيل في ظل ثورة المعلومات، وحقهم في استخدام هوية مجهلة في إتمام اتصالاته الإليكترونية، حيث توفر تقنيات المعلومات، أدوات وبرامج عدة تسمح للفرد بالاتصال بالآخرين، بدون أن يكشف عن هويته، وبينما تساعد مثل هذه الأدوات على إخفاء هوية الأفراد، ومنع أي تحرك لاقتفاء أثره أو جمع معلومات عنه، لكن هذه الأنظمة- تؤدي في الغالب إلى إبطاء سرعة إتمام الاتصال من جهة، كما تعطي للبعض فرصة للقيام بسلوكيات ضارة بالمجتمع، وبحقوق الآخرين.

وتعد محاولة الاتحاد الأوربي لحماية الخصوصية من أكثر المحاولات أهمية لحماية الخصوصية، في ظل ثورة المعلومات، بإصداره ما يعرف بالتوجيه الأوربي الذي يمنح الأفراد تحكما غير مسبوق، وسيطرة كاملة على المعلومات والبيانات التي تخصهم، حيث يمنحهم الحق في منع استخدامها لأي غرض غير الذي جُمعت من أجله، ومنع تصديرها أو إرسالها إلى أية دولة أخرى. ويعرف المعلومات الشخصية بأنها ليست فقط المعلومات النصية، وإنما أيضا الصور الفوتوغرافية والصور المسموعة والمرئية والتسجيلات الصوتية، ويطالب بسن قوانين تضمن للأفراد الوصول للمعلومات التي يتم معالجتها عنهم، وإتاحة فرصة تصحيحها، و مسح أو وقف البيانات غير الدقيقة أو غير الكاملة، وإتاحة الفرصة أمامهم للاعتراض في أي وقت على أسس مشروعة، على معالجة البيانات الخاصة بهم. ويصف الخصوصية بأنها حق من حقوق الإنسان يتساوى مع حق تقرير المصير، وحرية التفكير، وحرية التعبير، وهو ما يعد نهجاً ثورياً في التعامل

مع الخصوصية، حيث يرفع من قيمة حماية الخصوصية، بل ويعتبر حمايتها تعلو على حرية التعبير، وعلي أنشطة الصحفيين وغيرهم من المؤلفين والفنانين.

ويمثل تبني الاتحاد الأوربي، لهذه السياسات منذ أكتوبر 1998، والتي تهدف إلى حماية البيانات والمعلومات الخاصة بمواطنيه، ومنع تداولها مع الدول التي لا تحترم حق خصوصية الأفراد، تحديا جديدا لدول كثيرة، منها الولايات المتحدة التي باتت تسعي لتغيير بعض توجهاتها لمواجهة هذا التحدي الأوربي، وقد أجريت عدة مفاوضات للتعرف على مدى وفاء المؤسسات الأمريكية للشروط الأوربية، بما يحقق لها إمكانية التشارك في هذه المعلومات، كان أخراها في فبراير 2000، واستهدفت وضع أسس وقواعد تنظم حقوق مستخدمي "الإنترنت" في مجال خصوصية المعلومات، حيث لا توجد لدي الولايات المتحدة حتى الآن قوانين صارمة لحماية حقوق الخصوصية، وإن أصدرت مجموعة عمل الخصوصية التابعة لإدارة البنية الأساسية للمعلومات الأمريكية في يونيو عام 1995 تقريرا بعنوان "الخصوصية والبنية الأساسية للمعلومات القومية" يوضح المبادئ التي تحكم عملية جمع ومعالجة وتخزين وإعادة استخدام البيانات الشخصية في عصر المعلومات، كما يحدد الأسلوب الذي يجري من خلاله الحصول على هذه المعلومات، والكشف عنها، واستخدامها على شبكات الكمبيوتر، والقيم التي تسعي للحفاظ عليها وهي خصوصية المعلومات، وسلامة المعلومات، وجودة المعلومات. وبمقتضى هذه المبادئ يحق للمستهلكين المطالبة بالتعويض إذا ما أضيروا من جراء الاستخدام أو الإفشاء غير الملائم للمعلومات الشخصية الخاصة بهم، أو إذا ما صدرت بحقهم قرارات تأسيسا على معلومات شخصية غير دقيقة أو قديمة أو غير كاملة. كما أصدرت لجنة سياسة المعلومات بإدارة البنية الأساسية للمعلومات في أبريل 1997، مشروع دراسة تحت عنوان "اختيارات لدعم الخصوصية بشأن البينة الأساسية القومية للمعلومات"، يسعى لتحقيق التوازن بين القيم المتعارضة للخصوصية الشخصية، وحرية تدفق المعلومات في مجتمع رقمي ديمقراطي.

ورغم الاختلاف الكبير في الوضع القانوني لحماية الخصوصية في كل من أوربا وأمريكا، فإن ثمة مجالاً مشتركا بينهما، حيث يعترفان بواجبات ومسئوليات متماثلة لمستخدمي المعلومات الشخصية، ويطالبان بإخطار الأفراد عندما يتم جمع معلومات شخصية عنهم، ومنحهم فرصة لتصحيحها أو منع موافقتهم على استخدامات معينة لهذه المعلومات، ويضمنان حماية البيانات الحساسة، وإن كانت أوربا والولايات المتحدة تختلفان اختلافا شديدا حول دور الحكومة في حماية الخصوصية؛ ففي أوربا، تقوم الحكومات بدور مهم في مراقبة أنشطة الجهات الخاصة العاملة في مجال جمع ومعالجة البيانات الخاصة بالأفراد، بينما لا تقر الولايات المتحدة مبدأ التدخل الحكومي في هذا الصدد بصفة عامة (كيت، 1997).

ويتفق أكثر الباحثين حول العناصر الضرورية لضمان حق التمتع بالخصوصية، ولكن الخلاف حول تنفيذها، و يتمحور الاتفاق حول ضرورة التأكيد على حق وصول الأفراد للمعلومات التي تجمع عنهم والتعرف عليها، وتوفير أقصي درجات الأمن والحماية للمعلومات، وتحقيق التكامل الآمن بين الشبكات المعلوماتية، وأن يتم الاعتماد في تجميع المعلومات على المصادر الموثوق بها، والبيانات المرجعية الأساسية، واستبعاد المصادر المجهلة، وتوفير وسائل فحص شكاوي الأفراد، وإيجاد علاج لها، وعدم منع استخدام الأفراد للوسائل الضرورية لحماية خصوصيتهم ، وأن يتم ذلك في ظل سياسة إعلامية تسعي لتنبيه الجمهور وتوعيتهم بحقوقهم، وبطرق التعامل مع الشركات والجهات التي تجمع معلومات عنهم، مع تكتيل الرأي العام وراء هذه القضية، سعيًا لإجبار العاملين في هذا المجال على احترام الحق في الخصوصية.

رابعًا : الحق في الاتصال وحماية الملكية الفكرية في ظل ثورة المعلومات :

ثمة علاقة بين الحق في الاتصال والحق في الملكية الفكرية، تتمثل في حق الفرد في التمتع بالمنافع العلمية والبحثية والمعرفية التي أنتجتها البشرية، وهو حق أشارت إليه المواثيق الدولية المتعلقة بحقوق الإنسان والحق في الاتصال، بيد أن هذا الحق بدأت

تواجه عدة تحديات في ظل ثورة المعلومات، حيث تغيرت النظرة إلى طبيعة حق الملكية الفكرية، وحق المؤلف في التمتع بممتلكاته وإبداعاته، وفي ذات الوقت حق المستخدمين في الاستفادة من الأعمال الفكرية والإبداعية للآخرين، وذلك في ظل تصور يسعى إلى تغليب العامل التجاري والاقتصادي على طبيعة هذه العلاقة (Dick, 2000).

ومن ناحية أخرى، بينما زادت هذه الثورة بإمكانياتها التكنولوجية من تواجد وإتاحة الأعمال العلمية والبحثية المعرفية، وسهلت سبل التعامل معها، ونسخها وتخزينها واسترجاعها وإرسالها عبر الحدود... الخ، فإنها أيضًا يسرت وسائل عديدة للتعدي عليها، وانتهاك حقوق أصحابها (Mireille, 2000)، وهو ما أدي إلى سعي أصحاب المصالح التجارية والاقتصادية إلى اتخاذ العديد من الإجراءات التي تمنع الأفراد من الانتفاع بهذه المنتجات والخدمات المعلوماتية، سعيًا للحفاظ على أرباحهم. كما تسعي بعض الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة إلى دفع الدول للالتزام بقوانين صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية، وفرض حماية على قواعد المعلومات الأمريكية، حفاظًا على احتكاراتها ومصالحها الاقتصادية وتجارتها في مجال الخدمات المعلوماتية، وهو أمر يؤثر على إمكانية انتفاع دول الجنوب من المعارف والعلوم الغربية، والتي أصبحت تروج معظمها حاليًا في أشكال رقمية.

وبينما تحاول الدول النامية الوصول إلى منتجات هذه الثورة المعرفية والمعلوماتية، سواء بطرق شرعية أو غير شرعية، إلا أن الانتقادات الغربية توجه إليها، في الحالتين، فعندما تشتكي هذه الدول من أن سيادتها تتآكل بفعل سيل المواد والمعلومات والبرامج التي تتدفق عليها، فإن الشركات الأمريكية تبرر هذه الممارسات، بضرورة الحفاظ على مبدأ التدفق الحر للمعلومات، وعندما يتمكن أبناء الدول النامية من الوصول إلى هذه المنتجات المعرفية والمعلوماتية، وبرامجها، أو تتسلل إليهم، فإن الشركات الأمريكية تعتبر ذلك انتهاكا لحقوق الملكية الفكرية، وهو ما عبر عنه (Hannabuss, 1998) بقوله (when we need, we take, when we own, we protect). ومن ناحية أخرى، فإن الدول

النامية تشعر بالخوف من سعي الدول الصناعية لممارسة نوع جديد من الاحتكار، وتضييق فرص منافستها، بفعل امتلاكها لـ 97٪ من براءات الاختراع في العالم، (UNDP, 1999) وسعيها لفرض نظام صارم في مجال براءات الاختراع، وهو ما يمكنها من منع انتفاع الدول الأخرى بالابتكارات والمخترعات التكنولوجية الحديثة، وما تنتجه من معارف ومعلومات، وهو ما يؤدي إلى تركيز حقوق الملكية الفكرية في أيدي عدة دول، وهيمنة ثقافة واحدة على ثقافات الآخرين (Tussu,2000:239)

ومن بين الإشكاليات الأخرى التي أفرزتها التكنولوجيا الرقمية الجديدة والإنترنت فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية: الاعتداء على الأعمال الذهنية والفكرية للآخرين من خلال نسخ المواد الإليكترونية المنشورة على الشبكات الرقمية، وتحريفها وتقليدها وتغييرها، بشكل يشوه معالمها، ويحرف مضامينها، ويتم ذلك بدون الالتزام بشروط الاستخدام أو بدون أذن صاحبها، وبطريقة لا تتفق مع مقتضيات الاستخدام المشروع، ومما يساعد على زيادة حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية باستخدام التكنولوجيا الحديثة، سهولة تثبيت المصنفات بشكل مادي قابل للنشر، حيث يتم النشر على الإنترنت بواسطة الأرقام (صفر، واحد)، وهذه الأرقام تكون مرتبة بشكل معين يفهمها الحاسوب، ويقوم بترجمتها بشكل مادي إلى حروف وكلمات ولوحات فنية وصور مفهومة لبني البشر، وتكون مطابقة للأصل المادي الذي أخذت منه.

كما تسمح هذه التكنولوجيا بإمكانيات التعدي على الأعمال الفكرية الأصلية، دون أن تفقد جودتها، فالإنترنت على عكس الوسائل الأخرى مثل الآلات التصوير، وأشرطة الفيديو والموسيقي، والفاكس..الخ تسمح بإعادة عملية النسخ الرقمي لحقوق الملكية الفكرية، وإنتاج نسخ مطابقة تماما للأصل، وهو ما يساعد القراصنة على إنتاج نسخ عديدة وسريعة للأصل، وبمواصفات جودة عالية، وبتكلفة هامشية ، مع إمكانية توزيعها رقميا أيضًا، فضلاً عن إمكانية ممارسة عمليات التعدي على الإنتاج الفكري والإبداعي للآخرين بشكل مستتر ومجهل، وصعوبة تطبيق القوانين الخاصة

بحق المؤلف، والخاصة بكل دولة على الإنترنت، نظرًا لشخصيتها العالمية، وكذلك صعوبة إتمام عمليات المراقبة على حالات التعدي، لإمكانية إتمام عمليات التعدي عبر مزودات Servers دول أخرى، فضلاً عن صعوبة ضبط هذه الحالات وتوقيفها.

وبالرغم من وجود بعض الاتفاقيات الدولية التي تنظم حقوق الملكية الفكرية، فإن التطورات التكنولوجية الرقمية المتسارعة، وتغيير مفهوم التعامل مع هذه الحقوق، كسلع تجارية ومادية، استوجب استحداث بعض الاتفاقيات الدولية الجديدة، التي تتماشى مع هذه البيئة الجديدة، وإن كانت اتفاقيتي باريس عام 1883 وبرن عام 1886، لا تزالان تمثلان حجر الأساس بالنسبة إلى نظام معاهدات الملكية الفكرية، حيث تعالج اتفاقية باريس حقوق الملكية الفكرية في مجالات براءات الاختراع والعلامات الصناعية والتجارية والاسم التجاري وبيانات المصدر..الخ، وتتعامل اتفاقية برن، مع حقوق الملكية الفكرية في مجال الفنون والأدب والفنون التطبيقية.

وتتعاون المنظمة العالمية للملكية الفكرية" الويبو"، مع منظمة التجارة العالمية لتنفيذ الاتفاقيات التي انتهت إليها جولة المفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي جرت في أوراجوي من عام 1986 حتى عام 1994، والتي أدت إلى صياغة 28 اتفاقية، تم الربط بينها وبين حقوق الملكية الفكرية، ومن بينها (اتفاق تريبس) الذي دخل حيز التنفيذ في يناير 1995، وأفسح بذلك المجال أمام عهد جديد لحماية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بحق المؤلف والحقوق المجاورة، والعلامات التجارية، والبيانات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية، والبراءات، وتصاميم الدوائر المتكاملة، وينص الاتفاق على التعاون على تنفيذ اتفاقية تريبس، وفي ديسمبر 1996 قامت منظمة الملكية الفكرية العالمية بتحديث اتفاقية برن، حيث وفرت حماية جديدة لحق المؤلف، ولمن يقومون بأداء وإنتاج التسجيلات الصوتية من خلال إصدار معاهدتين جديدتين هما معاهدة حقوق النشر والتأليف WCT (WIPO Copyright Treaty)، ومعاهدة حقوق الأداء والتسجيلات الصوتية(WPPT) Performances and Phonograms Treaty .

وتعد المعاهدتان الأخيرتان من أهم إنجازات منظمة الويبو، واللتان ستسهلان بدرجة كبيرة التطبيقات التجارية للاتصالات الرقمية المباشرة بالكمبيوتر والإنترنت عبر البنية الأساسية العالمية للمعلومات، كما تضعان قواعد دولية لمنع الوصول إلى المصنفات الإبداعية أو الانتفاع بها على الشبكات الرقمية ، كما تعدان أول خطوة لتنظيم حقوق الملكية الفكرية على مستوى دولي، وهي تعكس إقرارا دوليا بأهمية حق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية. وإن كانت الاتفاقيتان تعطيان ميزة للشركات الأمريكية العاملة في مجال المعلومات والترفيه للوصول إلى المحاكم الأجنبية لحماية أعمالهم من الاستخدام الرقمي غير المرخص.

وتشتمل كل من المعاهدتين على أحكام تتعلق بالحماية التكنولوجية، والمعلومات الخاصة بإدارة حقوق النشر والتأليف، وحق الاتصال بالجمهور، وجميعها حقوق لا يمكن الاستغناء عنها من أجل ممارسة فعالة للحقوق الاتصالية والفكرية في البيئة الرقمية، وإن كان ليس من المحتمل أن ينتهي الصراع حول الحقوق والمساءلة القانونية للشركات العاملة على الإنترنت، وفقًا لهاتين المعاهدتين، وهو ما يتضح من كثرة النزاعات والحالات القضائية التي يتردد صداها هذه الأيام، كما إن هناك بعض المواد القانونية لا تزال تحتاج إلى تحديث لتتوائم مع البيئة الرقمية الجديدة، ومن المؤكد أن مدخل تطبيقها سيختلف من دولة لأخرى، حيث تحاول الدول النامية إعطاء أولوية أكبر للمواد المتعلقة بالاستخدام العادل أكثر من الدول المتقدمة، التي تسعي إلى تطبيق الفهم التجاري والاقتصادي لهذه الحقوق... والتحدي الآن هو كيفية صياغة إطار قانوني وأخلاقي يوازن بين حقوق المؤلفين والمبدعين، وبين حق المواطنين في الاتصال والمعرفة والحصول على المعلومات، وفي ذات الوقت حماية الحريات والحقوق الأساسية في العالم الرقمي، ووضع شروط عمل مقبولة تسمح للجميع بالانتفاع من منتجات ثورة المعلومات والتمتع بحقوقه في الاتصال.

خامسًا- الحق في الاتصال، ومفهوم حق الوصول Right to access

من بين المفاهيم الجديدة في مجال الحق في الاتصال، والتي بدأت تتخذ أشكال مغايرة في ظل ثور المعلومات ، مفهوم حق الوصول Right to Access، وهو مفهوم يطلق عليه أيضًا مسمي الوصول العالميUniversal Access أو الخدمة العالمية Universal Service، وهو مستقي من حقل الاتصالات السلكية واللاسلكية، ويشير إلى حق كل فرد في توفير خط اتصال تليفوني خاص به، بل يمتد إلى الاتصالات السلكية واللاسلكية، باعتبار أنها أصبحت أساسية في إتمام عمليات المشاركة في العديد من الاتصالات الإليكترونية، كما تطورت أبعادها بصورة تجعلها لا تقتصر على مجرد توفير الخدمة التليفونية، فمع نمو الإنترنت، أصبح السؤال يدور حول كيفية تسهيل الوصول إليها لكل فرد، (UNRISD, 1998) وحق كل فرد في الوصول إلى الفضاء الإليكتروني (McIver, 2000)، والاستفادة من ثورة المعلومات في مجالات متعددة.

ويتمثل حق الوصول في إتاحة الخدمة التليفونية بشكل واسع، وسهولة الوصول إليها، بدون تمييز بين الأفراد، وأن يتم ذلك بتكلفة معقولة، وخاصة في الدول النامية، وإن كان من الصعب ضمان تحقيق هذه الأهداف الثلاثة في الدول النامية، و من بين المنظمات الدولية التي تسعي لتحقيق هذا الهدف، الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية، وصندوق النقد الدولي وغيرهم، ومن بين المنظمات غير الحكومية التي تسعي لذلك أيضًا، تحالف ميثاق الاتصال للشعوب، والمائدة المستديرة لماكبرايد، ومنبر الاتصال الديمقراطي، وأصوات 21، وغيرهم.

وبالرغم من أن الصورة القديمة لهذا الحق، لم تتحقق بعد، ومازال البلايين من البشر محرومين من هذا الحق، فإن المعالم الجديدة لهذا الحق تكشف عن وجود فجوة رقمية كبيرة بين دول الشمال ودول الجنوب، وبين الأثرياء بالمعلومات والفقراء في هذا الصدد. كما يكشف الواقع عن إنه بينما يعني حق الوصول في الدول المتقدمة تليفون لكل أسرة، فإنه يعني عادة في الدول النامية وجود تليفون على مسافة معقولة من سكن

كل أسرة. وبينما يقر أنصار هذا المفهوم بأن تحقيق حق الوصول هو هدف اجتماعي واقتصادي ضروري لتحقيق التنمية، وأنه يمثل شرطًا أساسيًا لضمان المشاركة في النقاش العام، فإن صعوبة تحمل تكلفة التمتع بهذا الحق يحرم الكثيرين من الانتفاع به، فضلاً عن إن تعقد صناعة سياسة الاتصالات، وتخصصها الدقيق، يحرم الكثيرين من المناقشة والمشاركة في الحوار الدائر حولها (Sean, 1998). ومن ناحية أخرى، يعد حق الوصول بمثابة شرطًا مسبقًا لتحقيق الحق في الاتصال ذاته، حيث يتعلق بمدي توافر موارد الاتصال، وهو أمر ضروري يترتب عليه مدى إمكانية التمتع بالحقوق الأخرى، من عدمه، مثل حق المشاركة والإعلام وتلقي وإرسال المعلومات، والمشاركة في العمليات الاتصالية، كما يتضمن عدة عناصر مترابطة هي: (حق الوصول لوسائل المعرفة والمعلومات) و (حق الوصول للتكنولوجيا) و (حق الوصول للشبكات) و (حق الوصول للمحتوي).

ويعد حق الوصول لوسائل المعرفة والمعلومات، الأساس لما يأتي بعده من حقوق، فالفرد يجب أن يعرف أولاً كيفية استخدام التقنيات الحديثة، وأجهزة الكمبيوتر، وكيفية نقل البيانات والمعلومات، وكيفية الاستفادة من الفرص المتاحة في مجتمع المعلومات، وهو ما يعني ضرورة توافر إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا، سواء أكانت أجهزة ومعدات أو برامج، ولكن يظل تحقيق هذا الحق، غير كاف لضمان التمتع بحق الوصول، الذي يقتضي أيضًا ضمان حق وصول الأفراد إلى الشبكات الإليكترونية والرقمية، والتي تصبح بلا قيمة في حال عدم قدرة الأفراد على الانتفاع بها، فمع طرح الإنترنت لمفاهيم الديمقراطية الإليكترونية والحكومة الافتراضية... الخ، فإن هذه الشبكات لن تعمل بدون ضمان حق الوصول لكل فرد لمثل هذه الشبكات، وحتى لو تحققت إمكانية الاتصال بهذه الشبكات، فإن الأمر يحتاج لضمان حق الوصول للمحتوي، باعتباره لب القصيد، ومستودع المعرفة والمعلومات، ومصدر تعلم الفرد وإعلامه ومساعدته على التفكير، وبناء الآراء والتعبير عن الرأي والاتصال بالعوالم الأخرى (Kleinwnechter,1998).

أي أن عناصر حق الوصول مترابطة معًا، في وقت لا يتوافر فيه لغالبية البشر، إمكانية تحقيق ذلك، حيث أصبح عنصر التكلفة والدفع المادي عنصرًا أساسيًا للتمتع بهذا الحق، (Pay Per Use) وهو أمر يضرب مغزىٰ الحق في الاتصال في العمق، باشتراطه ضرورة الدفع المسبق لضمان تمتع الفرد بحقوقه الاتصالية، في وقت تتزايد فيه الفجوة بين الذين يملكون والذين لا يملكون، وبين الذين يتمتعون بحقوقهم الاتصالية، وبين الذين لا يتمتعون بها، وأصبح السؤال المطروح هو كيفية يمكن تحقيق التوازن بين الاحتياجات الاقتصادية لصناعة تكنولوجيا المعلومات وبين الاحتياجات الاجتماعية والاتصالية للأفراد.

ومن بين الإشكاليات الأخرىٰ المرتبطة بحق الوصول العالمي في علاقته بالحق في الاتصال، هي كيفية إتمام هذا الوصول بلغات متعددة، تلبي احتياجات أغلبية البشر، في وقت لا تستخدم فيه هذه الشبكات إلا لغة واحدة تقريبًا، فـ 90٪ من قواعد البيانات علىٰ الإنترنت، بالإنجليزية، و 77٪ من مواقعها بالإنجليزية، كما إن ارتباط طرح المفهوم بالمطالبة بخصخصة وتحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، يؤدي إلىٰ تغليب المصلحة التجارية علىٰ الصالح العام في فلسفة عمل هذه الشبكات، وهو ما يحرم الكثيرين من إمكانية الانتفاع بها، فضلاً عن تركزها في بيئات معينة عن غيرها.

المؤشرات الكمية عن واقع حق الوصول لوسائل الاتصال الحديثة في دول الجنوب (أفريقيا):

شهدت القارة الأفريقية تغيرات كبيرة في مجال الاتصال بالإنترنت والشبكات الرقمية في السنوات القليلة الماضية، إذ بينما لم تكن سوي 11 دولة قادرة علىٰ الاتصال بالإنترنت في عام 1996، فإن كل الدول الأفريقية، قادرة علىٰ ذلك حاليًا، فيما عدا ليبريا، ولكن الأرقام التي تنشرها المنظمات الدولية "الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية، ومنظمة اليونسكو، ومنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي،

وغيرهم" تكشف عن وجود ضعف كبير في القدرات والإمكانيات الاتصالية التي تتمتع بها القارة الأفريقية، مقارنة بغيرها من القارات، بل والدول الأخرى، وهو ما يمكن رصده من خلال المؤشرات الكمية التالية:

1- وسائل أجهزة وأدوات تقنيات المعلومات والاتصال: بينما يبلغ عدد أجهزة التليفزيون لكل 1000 نسمة (544) في الشمال، فإن هذه النسبة تصل إلى 153 في الجنوب، في حين أن المتوسط العالمي هو (236) جهاز. وبينما يبلغ نصيب كل 1000 نسمة (1045) من أجهزة الراديو في الشمال، فإن هذا المعدل يصل إلى 198 في الجنوب، في حين أن المتوسط العالمي هو (379)، وبينما يبلغ معدل استهلاك الفرد من الصحف بالطن 21,2٪ في الشمال، فإنه يبلغ 1,8٪ في الجنوب، في حين أن المتوسط العالمي هو 6٪، وبينما يبلغ نصيب كل 1000 نسمة من توزيع الصحف (286) صحيفة في الشمال، فإنه يصل إلى 44 فقط في الجنوب، في حين أن المتوسط العالمي هو 96 صحيفة (UNESCO Stat. Yearbook, 1998) (Human Development Report, 1999). وبينما بلغ عدد أجهزة الكمبيوتر في أفريقيا في عام 2000 (7,344) جهازًا، بلغت (161,000)، في أمريكا، وفي أوربا بلغت(129,962) ، وفي حين بلغ عدد أجهزة الكمبيوتر المخصصة لكل 100 من السكان، (1.05) في أفريقيا في عام 2000 ، بلغ (58.52) جهازًا في أمريكا ، وفي أوربا بلغ (16.62) (ITU, 2000).

2- عدد الحاسبات المضيفة Hosts للإنترنت: بينما بلغ عدد الحاسبات المضيفة على الإنترنت، في أفريقيا في عام 2000 (215,223) حاسبًا مضيفًا، بلغت (80,566,947) في أمريكا، وفي أوربا بلغت (12,528,765) (ITU,2000) ، وكان عدد الحاسبات المضيفة في أفريقيا 0.4٪ في عام 1999، بينما بلغت نسبته في أوربا 24,3٪، وفي أسيا 7,3٪، وفي أمريكا 65,6٪. وفيما يتعلق بعدد الحاسبات المضيفة لكل 10,000 من السكان في عام 2000، بينما بلغت في أفريقيا (2.72)، فقد بلغت (2,928.32) في أمريكا، وفي أوربا، بلغت (156.97) (ITU,2000). وكانت هذه الحاسبات تتوزع في جميع أنحاء العالم في 1997 بطريقة تجعل

نصيب الولايات المتحدة، يصل إلى (51,5٪) ، ودول الاتحاد الأوربي، يصل إلى (23٪) وكندا (6,1٪) واليابان (5,2٪) وهو ما يمثل 85,8٪ من الإجمالي العالمي (منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي "b" 1998).

3- عدد مستخدمي الإنترنت: توضح أحدث التقارير أن عدد مستخدمي الإنترنت في أفريقيا وصل إلى (4,514.4) مليون مستخدم، في عام 2001، بينما بلغ عددهم في أمريكا (95,354.0)، وفي أوربا، وصل العدد إلى (105,085.7) (ITU,2000)، ووفقًا لعدد المستخدمين بالنسبة للمعدل العالمي، فإنه يوجد في أفريقيا مستخدم واحد من بين كل 200 نسمة، بينما يقدر المعدل العالمي بمستخدم من بين كل 30 نسمة، وفي أوربا وشمال أمريكا، يصل المعدل إلى مستخدم واحد من بين كل ثلاثة أفراد، وفقًا لتقرير منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي التابعة للأمم المتحدة. وتشير الأرقام الخاصة بالدول النامية الأخرى، في 1999 إلى أن النسبة هي (1: 125) في أمريكا اللاتينية والكاريبي و(1: 200) في جنوب شرق أسيا و (1: 250) في شرق أسيا، وفي الدول العربية وجنوب أسيا يمثلون (1: 2500). وقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت لكل 10,000 من السكان في عام 2000، في أفريقيا (57.13)، بينما بلغ (3,465.78) في أمريكا، وفي أوربا (1,316.74) (ITU,2000). وبصفة عامة، يمثل مستخدمي الإنترنت في الدول الصناعية 88٪ من المستخدمين في العالم، بينما هم يمثلون 15٪ من سكان العالم، وفقًا للكتاب الإحصائي لليونسكو عام 1998، وتقرير التنمية البشرية عام 1999، ولا تتوفر إحصائيات حول عدد مستخدمي الإنترنت في الحضر مقابل عدد مستخدميها في الريف في الدول الأفريقية، ولكن من المؤكد أن عدد مستخدمي الإنترنت يزيد بدرجة كبيرة في المدن والعواصم عنه الريف (ITU,1999e).

4- عدد خطوط التليفونات وتكلفة الاتصال: يعد الاتصال بالإنترنت في دول الجنوب أكثر تكلفة عن غيرها في دول الشمال، فضلاً عن ارتفاع تكلفة شراء الأجهزة والبرامج، كما يصعب على عدد كبير من أهل الجنوب الاتصال بالإنترنت، في ظل عدم

وجود خطوط تليفون، (Wresch,1999)، فهناك أكثر من 80٪ من سكان العالم ليس ليهم خط تليفون، (Hammond, 2001)، ولم يتعدد عدد خطوط التليفونات في أفريقيا، في عام 2000 سوي (16,671,250)، وتبلغ كثافة تواجده (2.17)، وعدد التليفونات الخلوية (642,392,3) وكثافة تواجدها (0.47) وأشارت عدة تقارير دولية إلى إنه يوجد ما يقل عما نسبته تليفون واحد لكل 100 نسمة في 49 دولة في العالم (ITU, 1998)، من بينهم 35 دولة أفريقية، بينما تمتلك 24 دولة فقط، تمثل 15٪ من سكان العالم، 70٪ من خطوط التليفونات في العالم، و 90٪ من خطوط التليفون المحمول، كما أن 75٪ من حركة الاتصالات التليفونية تأتي من 23 دولة فقط في الشمال.

ومن ناحية أخرى، يعاني أبناء القارة الأفريقية من ارتفاع تكلفة وصولهم بالإنترنت، حيث يقدر متوسط تكلفة استخدام الإنترنت في الشهر في أفريقيا بـ 50 دولارًا ، وهو مبلغ يزيد عن دخل العديد من أبناء القارة، وطبقا لتقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في 1997، فإن تكلفة 20 ساعة اتصال بالإنترنت في أمريكا تكلف 29 دولارا، بما فيها تكلفة التليفون، بينما يزيد دخل الفرد فيها أكثر من 10 مرات على الأقل عن دخل الفرد في أفريقيا، كما أن تكلفة مقاهي الإنترنت مازالت بعيدة عن متناول العديد من أبناء القارة، التي يعيش حوالي 40٪ من سكانها على دخل يقل عن دولار واحد في اليوم.

5- موردو خدمة الاتصال بالإنترنت: بينما بلغ عدد موردي خدمة الاتصال بالإنترنت في أفريقيا في بدايات عام 2000 حوالي 450 ألف مورد، فإنه يوجد مورد واحد في 20 دولة ، كما تتدخل الحكومات في تحديد سياسة الاتصال عبر الإنترنت: سواء من خلال احتكار مؤسسات الاتصال بالدولة، أو تحديد معابر الاتصال، أو وضع شروط مجحفة على مزودي خدمات الإنترنت ، أو تأسيس مراكز رقابية للتحكم فيما يراه أو يتصل به مستخدمي الإنترنت في دولهم أو تنصيب مزودات بروكسي للتحكم في نوعية المواقع التي يتصل بها هؤلاء المستخدمين... الخ. ، في وقت يعاني فيه عدد كبير من الأفارقة من غياب أو قلة الوعي بثقافة الاتصال الإليكتروني سواء من حيث حقوقهم

أو واجباتهم أو مهاراتهم الاتصالية. كما أن هناك عدد متزايد من مواقع الإنترنت الأفريقية يتم استضافتها عبر خوادم في أوربا وأمريكا، وهو ما يعني أن الاتصال بالإنترنت يمر أولاً إلى الولايات المتحدة أو أوربا ثم يعود إلى أفريقيا، وذلك لأن بعض المواقع الغربية والأمريكية، تقدم خدمة مجانية لبعض المواقع الأفريقية، ويقل تكلفة استضافة بعضها لهذه المواقع عن مثيلاتها داخل القارة، وأن كانت خدمة الاتصال بالإنترنت في أفريقيا مازالت بطيئة، كما تعاني من عدة مشكلات فنية.

6- اللغات المستخدمة: يغلب استخدام اللغة الإنجليزية على ما عداها من لغات على الإنترنت، حيث تشكل (77٪ من محتويات الإنترنت باللغة الإنجليزية)، مما يقيد التنوع الثقافي واللغوي على الشبكة، كما أن 90٪ من قواعد البيانات الإليكترونية الموجودة على الإنترنت، باللغة الإنجليزية، بالرغم من أن أقل من 1 إلى 10 من الأفراد يتحدثون هذه اللغة في العالم (UNDP, 1999). التي تعد اللغة الأساسية على الإنترنت، في وقت يصعب فيه على لغات عديدة أن تجد طريقها على الإنترنت، ، وهو ما يعني تراجع المحتويات الأخرى باللغات المحلية، كما أن 80٪ من المواقع الأفريقية تستخدم اللغة الإنجليزية، بينما يتحدث بها 10٪ فقط من أبناء القارة، ويصل المحتوي المتعلق بأفريقيا على الشبكة إلى 0.4٪ من المحتوي العالمي (The African, Internet & Telecom Summit, 2000)، وقد وصف Top50 Survey الذي قامت به اليونسكو في عام 1999 محتويات هذه المواقع الأفريقية بأنها ذات مستوى متردي، وخاصة المواقع التعليمية والعلمية.

7- الدخل من خدمات الاتصال: بينما وصل هذا الدخل على مستوى العالم إلى إجمالي 620 ألف مليون دولار في عام 1996، حيث حصلت أوربا والولايات المتحدة واليابان على 77٪ منه، في حين حصلت أفريقيا على 1,5٪ فقط. وفيما يتعلق بالاستثمارات في قطاع الاتصالات: وصل إجمالي الاستثمارات في العالم في عام 1996 إلى 166 ألف مليون دولار ، كان نصيب أوربا والولايات المتحدة واليابان منها 67٪ ، وأفريقيا 1,7٪

(الاتحاد الدولي للاتصال السلكية واللاسلكية، 1998). وتمثل الدول المتقدمة ما يقرب من 70٪ من الصادرات الكلية لأجهزة هذه الاتصالات.وفيما يتعلق بالأنصبة في الأسواق العالمية لبرامج الكمبيوتر: وصلت عام 1996 إلى 72٪ من الإجمالي العالمي، وكانت على النحو التالي (الولايات المتحدة 46,3٪ واليابان 7,4٪ وألمانيا 8,6٪ والمملكة المتحدة 5,7٪. وفيما يتعلق بالتفاوت في التجارة العالمية لتقنيات المعلومات والاتصال: كان نصيب الولايات المتحدة واليابان وألمانيا والمملكة المتحدة وحدها في واردات أجهزة الكمبيوتر 60٪، في عام 1996 ، وفي صادرات أجهزة الكمبيوتر كان نصيب الولايات المتحدة وسنغافورة واليابان والمملكة المتحدة 57٪ على مستوى العالم، وبالنسبة لنصيب كل فرد من إجمالي الإنفاق على معالجة البيانات الإليكترونية ، بلغ المتوسط على مستوى العالم ستة وأربعين دولارا، لكل فرد، في عام 1995، وكانت هذه النفقات في الولايات المتحدة 315 دولارا، وفي اليابان 400 دولارا، وفي سنغافورة 1500 دولارا، وفي تايلاند 29 دولارا، وفي الهند 87 دولارًا (Hamelink,2000).

ويتضح مما سبق وجود فجوة في تقنيات المعلومات والاتصال بين الدول المتقدمة والدول المتنامية، وأن هذه الفجوة تزداد اتساعاً، وأنها سوف تكون عقبة كبيرة في طريق اندماج الدول الأخيرة فيما يسمي بمجتمع المعلومات، وأنه بالرغم من المنافع الاقتصادية لانتشار تقنيات المعلومات والاتصال، فإن توزيعها على مستوى العالم في الوقت الراهن غير متكافئ بدرجة هائلة، سواء في مجالات وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة والتليفزيون والراديو) أو وسائل الإعلام الجديدة (كالإنترنت) أو في أجهزة وأدوات تقنيات المعلومات والاتصالات (الكمبيوتر، والحواسيب المضيفة)، أو في كفاءة الاتصال وسرعته أو محتوي الاتصالات واللغات المستخدمة على هذه الشبكات الرقمية الجديدة أو في عدد خطوط التليفونات، وهو مؤشر مهم، حيث يعتبر توافرها أساسًا للانضمام إلى عضوية النادي الرقمي، فضلاً عن التفاوت في مستوى الدخل من الاتصالات، وحجم الاستثمارات وتباين نصيب الفرد في معالجة البيانات والمعلومات... الخ، بالإضافة إلى التباين في القدرات والمهارات الإدارية والفنية. وهو

ما يؤدي إلى زيادة الخلل في التدفق الإعلامي والمعلوماتي من الشمال الغني إلى الجنوب الفقير ، وحرمان أبناء الجنوب من التمتع بحقوقهم الاتصالية، وإن كان يجب النظر إلى هذه الخلل في إطار أنواع أخرى من الاختلالات بين الشمال والجنوب على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي أيضًا ، باعتبار أن الفجوة الرقمية في مجال الإعلام والاتصال والمعلومات، هي جزء من فجوة أكبر، في مجالات متعددة، وفي ظل نظام دولي يسوده عدم التكافؤ وعدم التوازن وعدم العدالة في توزيع الموارد، حيث يحصل خمس سكان العالم في الدول المتقدمة على 86٪ من الدخل القومي في العالم و 82٪ من سوق التصدير العالمي، و 68٪ مـن الاستثمارات الخارجية المباشرة وغيرها الكثير (Tussu, 2000:246-247).

بالرغم من المحاولات التي تبذلها بعض المؤسسات الدولية وعلي رأسها الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية ، والذي أعلن مسئوليته عن سد فجوة الفقر المعلوماتي بين الشمال والجنوب (Tussu, 2000:219-250)، فمازالت كل الدلائل تشير إلى تزايد هذه الفجوة، وهو ما يعيد طرح السؤال عن كيفية تجسير الفجوة الرقمية وتحقيق الحق في الوصول ومن ثم الحق في الاتصال؟ والإجابة تقول أن "الفجوة الرقمية ليست هي السبب في زيادة الخلل وعدم المساواة وعدم التوازن في التمتع بالحق في الاتصال، سواء على مستوى الدول أو في داخلها، ولكنها تعبير عن الفجوة الحقيقة الموجودة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي بين الفئات المختلفة داخل المجتمع الواحد، وبين المجتمعات الغنية والفقيرة من جانب آخر، وبناء عليه فإن معالجة الفجوة الرقمية Digital Divide وحدها، لن يساعد الفئات الاجتماعية الفقيرة من تحسين ظروفها المعيشية أو مستواها الصحي أو تحقيق درجة أعلى من الاكتفاء الذاتي الاقتصادي، وأنه بالرغم من الإقرار بالدور الذي يمكن أن تلعبه تقنيات الاتصال والمعلومات في التنمية والتحديث، وتمتع الأفراد والدول بحقوقهم الاتصالية، إلا أنها ليست آلة سحرية للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية، وأنه من المهم إحداث تغييرات مجتمعية في السياسات الدولية والمحلية، وخلق بيئة تسمح لتكنولوجيا الاتصال بأن تمارس دور المشارك

الإيجابي في إعادة توزيع الثروة في المجتمع بشكل عادل، وأن تساعد في تحقيق حق المشاركة في المعلومات و المعرفة والاتصال والتعبير.

الخلاصة ومناقشة عامة:

هدف هذا البحث إلى رصد طبيعة التغيرات في مفهوم الحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات، وتأثير الظواهر الإعلامية السائدة في الساحة الدولية على طبيعة المفهوم، وكذا انعكاسات أبرز وسائل ثورة المعلومات "الإنترنت عليه، وعلي طبيعة أبعاده الجديدة. وأوضح أن ثمة دواعي عديدة، لإعادة البحث في مفهوم الحق في الاتصال، من بينها تأثير التطورات الراهنة في مجال تكنولوجيا الاتصال على أنماط الاتصال وأساليبه وآلياته، وظهور موجة بحثية تطالب بإعادة تنظيم النظام الدولي للإعلام، وإعادة قراءة مفهوم الحق في الاتصال في ضوء ذلك، ونشوء ما يعرف بالجيل الرابع من الحق في الاتصال، مع دخول البشرية عصر الفضاء الإليكتروني ، وتغير طبيعة القوي الفاعلة في صناعة السياسات الاتصالية في العالم، حيث تراجعت فاعلية بعض المنظمات الدولية ، في مقابل تصاعد قوي الاحتكارات والشركات متعددة الجنسيات، واستعرض البحث انعكاسات الظواهر السائدة على الساحة الدولية على الحق في الاتصال، ومن بينها العولمة والرقمنة وتحرير قطاع الاتصالات والاندماج بين شركات الاتصال، منتهيًا إلى تغير واقع الحق في الاتصال في إطار هذه التطورات، وإلي ظهور إشكاليات جديدة، تحول دون تمتع الكثيرين بحقوقهم الاتصالية.

وطبق البحث أبعاد مفهوم الحق في الاتصال على الإنترنت، منتهيًا إلى أنها تشكل وسيلة غير مسبوقة من حيث إمكانياتها وقدرتها على تحويل مفهوم الحق في الاتصال إلى واقع، بيد أن ذلك يقتضي توفير مجموعة من الشروط من بينها ضمان الحق في الاتصال المباشر بالإنترنت، وضمان حق الجميع في الاتصال، وضمان الحق في طلب المعلومات وتلقيها وتداولها دون قيود تعسفية، وضمان الحق في التخاطب مع الغير بصورة سرية، وضمان الحق في الخصوصية على الإنترنت. وتناول البحث الأبعاد الجديدة لمفهوم الحق

في الاتصال؛ سواء فيما يتعلق بالحق في الإعلام، وتأثير ثورة المعلومات على تفعيل التدفق الحر للمعلومات، وتمكين الفرد من تلقي المعلومات وتبادلها بصورة غير مسبوقة، وإن زادت من خضوع أبناء الجنوب للتدفق الأحادي الجانب للمعلومات، والقادم من الدول الغربية، والذي يفتقر للتنوع والتعدد.

وحلل البحث تأثير ثورة المعلومات على ظهور شكل جديد من أشكال الحق في الاتصال، وهو الحق في التعبير الإليكتروني، والذي تعترضه العديد من القيود القانونية التي تجرمه، والتشريعات التي تمنع الوصول لمضامين ومواقع ومصادر معينة، والتقنيات التكنولوجية الحديثة التي تصنف المضمون وتصفيه وتحجبه، وخلص البحث إلى أن تفعيل هذا الحق يقتضي ضمان الحق الدولي في الاتصال وحرية التعبير بوجه عام، واعتبار حرية الدخول على شبكة الإنترنت لتلقي المعلومات وتداولها جزءًا لا يتجزأ من الحق في الاتصال، ووضع آليات الرقابة، إن وجدت، في يد مستخدمي الشبكة وليس الحكومات، وعدم تحميل ناقلي البيانات مسئولية محتوي الشبكة، وعدم السماح باختراق خصوصية الأفراد والسماح لهم باستخدام نظم التشفير القوية لحماية سرية اتصالاتهم، كما حلل البحث الوجه الجديد لاختراق الحق في الخصوصية على الشبكات الرقمية، وعلاقة ذلك بالحق في الاتصال، والتشريعات الدولية المنظمة لحماية الخصوصية في العصر الرقمي، منتهياً للتأكيد على ضرورة ضمان حق الأفراد في التمتع بالخصوصية وحقهم في الوصول للمعلومات التي تجمع عنهم والتعرف عليها، وتصحيحها، وتوفير أقصي درجات الحماية للمعلومات الشخصية.

وتناول البحث العلاقة بين الحق في الاتصال والحق في حماية الملكية الفكرية، وناقش التناقض القائم بين التزايد المعرفي والمعلوماتي الذي أفرزته ثورة المعلومات في مقابل تصاعد الاتجاه نحو حماية حقوق الملكية الفكرية، وتزايد النظرة التجارية والاقتصادية لها، وبين حق الأفراد في الانتفاع بالمعارف والعلوم والمعلومات، منتهيًا إلى الدعوة للعمل على إحداث التوازن بين حماية حق المنتجين في أعمالهم وحق المستخدمين في الانتفاع بالمعلومات والاتصال. وأخيرًا حلل البحث البعد الجديد في الحق في

الاتصال، وهو الحق في الوصول، باعتباره شرطًا ضروريًا لضمان التمتع بفوائد ثورة المعلومات، وهو حق يقوم على ضرورة توفير خط تليفوني، بتكلفة مناسبة للجميع، بما يمكنهم من الولوج إلى الشبكات الرقمية، وأوضح البحث وجود تفاوت وفجوة رقمية كبيرة بين دول الشمال ودول الجنوب وخاصة في أفريقيا سواء في موارد وإمكانيات الاتصال الأساسية للانتفاع بثورة المعلومات، أو اللغات المستخدمة أو حجم الإنفاق أو الاستثمارات أو غيرها، وهو ما يحرم الكثيرين من أبناء الجنوب من التمتع بحقوقهم الاتصالية، وإن لم تكن هذه الفجوة الرقمية السبب في ذلك، فهي مجرد تعبير عن العديد من الفجوات الاقتصادية والسياسية والتي يتسم بها النظام الدولي الراهن. وأنه بالرغم من إعادة الغرب لمواقفه إزاء في بعض القضايا التقليدية مثل الحديث عن نظام إعلامي عالمي جديد، والحاجة لتنظيم دولي لوسائل الاتصال الحديثة، والعمل على سد الفجوة المعلوماتية بين الشمال والجنوب، فإن ذلك لم يسفر عن نتائج ذات بال على أرض الواقع في دول الجنوب، وهو ما ينقل معه إشكالية عدم تمتع الكثيرين من أبناء دول الجنوب بحقوقهم الاتصالية إلى عالم جديد، وواقع جديد، أكثر تفاوتًا واختلالاً..

وينتهي البحث إلى وجود خلاف حول المفهوم التقليدي للحق في الاتصال ، وأنه لم يعد قاصرًا على الحقوق التقليدية كحرية الرأي والتعبير ، وحق جمع المعلومات وتلقيها، وأنه ظهرت مفاهيم جديدة للحق في الاتصال في ظل ثورة المعلومات، أصبحت أساسية وتشكل جزءًا جوهريًا من المفهوم، وبحيث لا يتسنى التمتع بالحقوق الأخرى دون أن يتم الوفاء بها أولاً مثل حق الوصول للمعلومات وللشبكات الرقمية، سواء أكان ذلك على مستوى الأجهزة والمعدات والتقنيات والبرامج أو على مستوى التكلفة والقدرة على تحمل نفقات الاستخدام. وأوضح البحث إنه في الوقت الذي وسعت فيه ثورة المعلومات من مفهوم وأبعاد طبيعة الحق في الاتصال، فإنها أفرزت إشكاليات أخرى جديدة ، مثل الرقابة على حرية التعبير الإليكتروني، والقرصنة على الأعمال الفكرية الرقمية، وجرائم الحاسوب، وانتهاك التقنيات والبرامج للحياة

الخاصة للأفراد، فضلاً عن الفجوة الرقمية الشاسعة بين دول الشمال والجنوب وبين الأفراد داخل ذات الدولة، كما لم تحل الإشكاليات التقليدية لمفهوم الحق في الاتصال، بل وسعت وفاقمت من العديد منها، مثل ظاهرة الاختلال المعلوماتي، واللغوي والثقافي، وزادت من حالات عدم التوازن الإعلامي والتدفق المعلوماتي، بين دول الشمال ودول الجنوب، وخلقت فجوة رقمية كبيرة بينهما، ودخل الصراع من أجل تحقيق التوازن وإصلاح الخلل في النظام الاتصالي الدولي، منطقة جديدة أكثر تعقيدًا، يفتئت فيها عدد محدود من الدول والشركات العملاقة متعددة الجنسيات على حق البلايين من البشر في الاتصال والمعرفة.

كما ينتهي البحث أيضًا إلى إنه بالرغم من أن اختفاء الصراع الأيديولوجي قد فتح الباب أمام مدخل جديد لضمان حق الإنسان في الاتصال بصورة غير مسبوقة في التاريخ، وبالرغم من أن ثورة المعلومات والإنترنت، أوجدت الأساس المادي والبنية التحتية لمثل هذا المدخل، وخاصة مع تراجع دور العوائق التقليدية مثل الضغوط السياسية، والحدود الجغرافية، والعجز الفني لوسائل الاتصال وضعف طاقتها الاستيعابية، وبحيث أصبح بالإمكان تطبيق العناصر الأساسية للمفهوم التقليدي للحق في الاتصال مثل حق الإعلام والحصول على المعلومات والمشاركة، ولكن كل ذلك لم يمنع ظهور عوائق جديدة مثل الفجوة الرقمية، والرقابة الإليكترونية، والقرصنة الفكرية، وانتهاك الخصوصية، وهو ما يعني ظهور نوع جديد من الصراع أشد عنفًا وأكثر تعقيدًا.

كما ينتهي البحث إلى إنه بينما أصبح لكل فرد من الناحية النظرية – فعلا – الحق في الاتصال وحرية التعبير، والحصول على المعلومات وتبادلها، غير إنه واقعيا – لا يستطيع أن يمارس ذلك على قدم المساواة، بفعل الفجوة الكبيرة في الإمكانيات والقدرات الاتصالية سواء على مستوى الدول أو على مستوى الشرائح الاجتماعية، فقد زاد عدد الذين يطلبون المعلومات، والذين يمكن أن ينقلوها، وفي الوقت نفسه أصبح هناك

تركيز لدي من يستطيعون ذلك حقا وفعلا، نظرا لضخامة المتطلبات المالية الضرورية للحاق بثورة المعلومات.

وكذلك ينتهي البحث إلى إنه بينما كانت الإشكاليات القديمة في النظام الإعلامي العالمي الجديد (NIWCO) تتمثل في التفاوت في امتلاك وسائل الإعلام التقليدية بين الشمال والجنوب، فقد ظهرت في ظل ثورة المعلومات قضية الفجوة الكبيرة في وسائل الاتصالات الحديثة كالإنترنت وخطوط التليفونات السلكية واللاسلكية والمحمولة وأجهزة الكمبيوتر والحواسيب المضيفة والأقمار الصناعية والشبكات الرقمية وقواعد المعلومات والبيانات وغيرها ، وفي مقابل إشكالية انتهاك حرمة الإنسان والحياة الخاصة، برزت قضية التطفل التكنولوجي على هذه الحياة، وتفاقم حالات انتهاكها، في ظل غياب للقوانين والتفاهمات الدولية حولها، وعدم احترام الضوابط الأخلاقية، وفي مقابل إشكالية المس بالخصوصية الثقافية الوطنية، ظهرت إشكالية عولمة الثقافة، وهيمنة الثقافة الأنجلو أمريكية، وطمس التراث المحلي، وعدم قدرة العديد من البشر على التمتع بحقوقهم اللغوية والثقافية، وفي مقابل إشكالية عدم احترام الملكية الفكرية أو حجب المعرفة والمعلومات والعلوم عن دول الجنوب، ظهرت إشكالية البحث عن كيفية حماية المعلومات المتدفقة عبر الشبكات الاتصالية، وكيفية تحقيق التوازن بين حقوق المنتجين وحقوق المستخدمين، وكيفية منع ممارسة نوع جديد من الاحتكار للمعرفة والمعلومات في هذا المجال، وفي مقابل إشكالية ضآلة حجم الاستثمار في وسائل الإعلام التقليدية، ظهرت إشكالية ارتفاع الحاجة إلى الاستثمار المكثف في شبكات الاتصال ونظم المعلومات، والتفاوت الكبير في البنية التحتية الاتصالية بين الشمال والجنوب واللازمة للدخول لعصر ثورة المعلومات، وفي مقابل احتكار وسائل الإعلام من قبل الحكومات، ظهرت إشكالية تنامي نفوذ المؤسسات العابرة للحدود، وتحكمها في المكونات الأساسية للعملية الاتصالية في العالم كله: أجهزة ومضموناً وبرامجاً وخبرات فنية، وفي ظل سيادة للمفهوم التجاري، واعتبار المنتجات المعلوماتية والمعرفية، سلعة، تخضع لآليات السوق. وفي مقابل القيود السياسية على حق الحصول

على المعلومات والتعبير، ظهرت إشكالية الرقابة الإليكترونية وأنظمة الحجب والمنع والتصنيف والترتيب وغيرهم.

ومن ثم أصبح من الضروري الآن، إعادة صياغة المفاهيم والمبادئ الدولية التي تنص على الحق في الاتصال في ضوء التغيرات التي أحدثتها ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال، وبحيث تأخذ في اعتبارها هذه الجوانب الجديدة، والعمل على إزالة الفجوة الرقمية والاتصالية سواء بين دول الجنوب أو الشمال أو في داخل دول الجنوب ذاتها، وتطوير صوت الأفراد والمنظمات غير الحكومية في صياغة السياسات الاتصالية المتعلقة بالحق في الاتصال، وإعادة الاعتبار لهذه الحق ، وعدم التعامل معه كسلعة تجارية، وتعزيز وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تمكن الأفراد من الاتصال والإعلام والتعبير بحرية، وبما يسمح لهم بحماية خصوصيتهم، وضمان حق الجميع ف الحصول على المعلومات والمشاركة والوصول والانتفاع بموارد الاتصال الحديثة وتقنياته.

المراجع

Aspen Institute Communication and Society Program. (1996). An Information Bill of Rights and Responsibilities. (authored by Jorge Schement). URL: http://www.aspeninst.org /dir/polpro /csp/ibrr/ IBRR1.html

Birdsall, William F. (September 1998). "A Canadian Right to Communicate?" Government Information in Canada, Number15. URL: http://www.usask.ca/library/gic/15/birdsall.html

Brown, Mark Malloch. (2001). ICT for Development: A New Vision, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number 2.

Cairncross,F.,1997, The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives .London :Orion Business Books.

Carvin, Andy. (2000). Beyond Access: Understanding the Digital Divide, URL: http://www.benton.org/divide/thirdact/speech.htm.

Castells, Manuel (1996). The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society & Culture. London: Blackwell.

Clement, Andrew and Leslie Regan Shade (1997). "What Do We Mean By Universal Access?: Social Perspectives in a Canadian Context", URL: http://www.fis.utoronto.ca/research/programs/iprp/dipcii/clement.htm#paper5

Competition, Jung- Sook Lee. (2001). Interactivity: A New Approach, URL: http://list.msu.edu /cgi-bin/wa

Computer Professionals for Social Responsibility. (1998). One Planet, One Net: Principles for the Internet Era. URL: http://www.cpsr.org/program/nii/onenet.html

Dee Dee Halleck (2001),Many Voices, One World ,The Global Struggle for Information Justice, MEDIAFile Volume 20 #1 January / February .

Dick, Archie. (2000) Who needs the Information Society, Communication 26 (1).

Global Internet Liberty Campaign. (1998). Regardless of Frontiers - Protecting the Human Right to Freedom of Expression on the Internet. URL: http://www.gilc.org/speech/report/

Hamelink, C.J. (1995) Trends in World Communication, Penang, Southbound Publishers

Hamelink, Cees J. (1997). "New Information and Communication Technologies, Social Development and Cultural Change. URL: http://www.unrisd.org/engindex/publ/list/dp /dp86 /dp86 .htm # Top of Page.

Hamelink, Cees J. (2000). Human Development, in World Communication and Information 1999-2000 Report, Paris: UNESCO Publishing.

Hamelink, Cees, (1998) Human Rights in Cyberspace, URL: http://www.religion-online.org/cgi-bin/relsearchd .dll/showarticle?item_id=283

Hammond, Allen. (2001). Digitally Empowered Development, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number 2.

Hannabuss, S.(1998) Issues of Intellectual Property, New Library World, 99 (1143)

Herman, Edward S. and Robert W. McChesney (1997). The Global Media: The New Missionaries of Global Capitalism. London & Washington: Cassell.

Human Development Report. (1999). UNDP, New York, Oxford: Oxford University Press 1999.

Human Rights Watch. (1998) The Internet in the Mideast and North Africa: Free Expression and Censorship, retrieved from, http://www.hrw.org

The Cuscatlan Charter - International Forum: Communication and Citizenship San Salvador, El Salvador, 9-11 September 1998. URL:http://quito.ecuanex.net.ec/foro_communication/ declaration .html

Kleinwaechter, Wolfgang. (1998). "The People's 'Right to Communicate' and a 'Global Communication Charter': How does Cyberspace Change Legal Concepts of Human Rights, Access, and Participation?" The Journal of International Communication 5(1&2):105-121

Leslie Regan Shade.(1999) Whose Right to Communicate, Paper Presented to Citizens at the Crossroads: Whose Information Society, London, Canada, Oct. 21-24.

Lundark, Vicki, et al. (1998). Internet Paradox : A Social Involvement and Psychological Well- Being?, American Psychologist, Volume, 53, Number 9.

Mike Jensen, (2001) African Internet connectivity, retrieved from, http://www3.wn.apc.org/africa/

Mike Jensen, (2001) The African Internet A Status Report, retrieved from, http://www3.wn.apc.org /africa/afstat.htm

Mowlana, H, (1996) Global Communication in Transition .London .Sage.

Mowlana, H., (1997). Global Information and World Communication, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Mowlana,. (2000). Globalization of Mass Media, Opportunities and Challenges for the South, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 1, Number 2.

Niec, Halina, ed. (1998). Cultural Rights and Wrongs: A Collection of Essays in Commemoration of the 50th anniversary of the Universal Declaration of Human Rights. Paris: UNESCO.

OECD (1980), "Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data" URL:[http://www.oecd.org/dsti/sti/it/secur/prod/PRIV-en.HTM]

Open Society Institute, Open Internet Policy Principles, Retrieved from, http://www .soros.org /news.html.

People's Communication Charter. URL: http://www.waag.org/pcc/

Philippe Queau (1998) Search for the common good the information society and archives, Paper presented at the XXXIII International Conference, UNESCO.

Philo, Greg and Miller David. (2001). Market Killing. What the Free Market Does and What Social Scientists can do about it, London: Longman.

Roach, c., 1997, The Western World and the NWICO, edited by P. Harris and P. Golding, London:Sage:94-116

Rotenberg, Marc.(1998) "Preserving Privacy in the Information Society," A study prepared ,for the Third UNESCO Congress on Ethical, Legal and Societal Challenges of Cyberspace ,Infoethics 2000, Paris, 17 July 2000

Ryan, Michael P. (1998). Knowledge Diplomacy: Global Competition and the Politics of Intellectual Property. Washington D.C.: Brookings Institution Press.

Sean Osiochrn. (1998) Towards a Right to Communicate in a Information Society, Virtual Conference on the Right to Communicate and the Communication of Rights. (May 11-June 26

Selvin, James.(2000). The Internet and Society, Cambridge: Blackwell Publisher.

Servaes Jan. (1998). Human Rights, Participatory Communication and Cultural Freedom in a Global perspective, Virtual Conference on the Right to Communicate and the Communication of Rights. (May 11-June 26.

Séverine Dusollier ,et al., Copyright and Access to Information, in Information Copyright and Access to Information, in the Digital Environment, A study prepared ,for the Third UNESCO Congress on Ethical, Legal and Societal Challenges of Cyberspace ,Infoethics 2000, Paris, 17 July 2000.

Simmons, P.J. (Fall 1998). "Learning to Live with NGOs". Foreign Policy Magazine. URL: http://www.igc.apc.org/globalpolicy/ngos/issues/simmons.htm

Stavenhagen, Rodolfo (1998). "Cultural Rights: A Social Science Perspective", pp. 1-20 in Cultural Rights and Wrongs: A collection of essays in commemoration

of the 50th anniversary of the Universal Declaration of Human Rights, ed. Halina Niec. Paris: UNESCO.

The African Internet & Telecom Summit, Gambia, June 2000,URL: http://www.itu.in t /africaninternet2000/conslusions/figure2.html

Thussu, Daya Kishan. (2000). International Communication: Continuity and Change, New York: Oxford University Press.

UNDP (1999) Human Development Report, United Nations Development Program ,Oxford and New World Information and Communication Order.

UNESCO (1997) World Communication Report: the Media and the Challenge of the New Technologies. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNESCO (2000) "Right to Universal Access to Information in the 21st Century, A study prepared ,for the Third UNESCO Congress on Ethical, Legal and Societal Challenges of Cyberspace ,Infoethics 2000, Paris, 17 July 2000

UNESCO (1998a) Statistical Yearbook. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNESCO(1998b) World Culture Report 1998, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

United Nations Economic and Social Council,(1998) Report of the Special Rapporteur, Submitted to Commission on Human Rights Resolution 1997/261, New York: UN)

Vincent, R.Nordenstreng K., and Traber, M. (eds) 1999, Towards Equity in Global Communications: MacBride Update, NJ: Hampton Press.

Virtual Conference on the Right to Communicate and the Communication of Rights. (May 11-June 26, 1998). URL: http://commposite.uqam.ca/videaz/ about/about_vcen.html

William J. McIver, Jr.(2000) Motivating a Human Rights Perspective on Access to Cyberspace: The Human Right to Communicate URL:.http://www.cpsr.org/ publications /newsletters /issues /2000/ Summer2000 /mciver.html

WIPO. URL: http://www.wipo.org/ar/about-ip/index.html

World Bank, (1999) Entering the 21st Century : The Changing Development Landscape, World Development Report 1999-2000 Washington, DC: World Bank Publications

World Bank,1998, Knowledge for Development, World Development Report 1998-1999. Washington, DC: World Bank Publications

World Development (Report 1998/1999), Knowledge for Development, The World Bank, Oxford: Oxford University Press.

Wresch, W., (1998) Information Access in Africa, The information Society, 14,295-300.

Yu, Frederick T. C. (1994). Where is Mass Communication Going? In Sharp, Nancy Weatherly. (ed), Communications Research: The Challenge of the Information Age, Syracuse, Syracuse University Press.

الصادق رابح، وسائل الإعلام والعولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد 243، (5/ 1999) ص ص 23-37.

حسن عماد مكاوي، أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر 1999.

راسم الجمال، الحق في الاتصال، نحو مفهوم جديد لحرية التعبير والديمقراطية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، تونس، 1994.

فريد هـ. كت، ترجمة محمد محمود شهاب، الخصوصية في عصر المعلومات، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، 1999.

ليلي حسين محمد، عولمة مصادر المعلومات وانعكاساتها على تدفق الأخبار الأجنبية، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر 1999.

د. مصطفى المصمودي، النشاط السياسي والوسائل الإلكترونية، صحيفة البيان (8/ 1/ 2001).

د.مصطفي المصمودي، العرب في المجتمع المعلوماتي، مؤسسة البيان للطباعة والنشر، دبي، 1997.

د.عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، تونس، 1994.

الفصل الثالث

حراسة البوابة على الإنترنت

يهتم هذا الفصل بمعرفة أبرز التطورات في مفهوم حراسة البوابة في الدراسات الإعلامية الأكاديمية ، بعد مرور ما يزيد عن أكثر من نصف قرن على بروزه ضمن المفاهيم الإعلامية الشائعة الاستخدام، ورصد أبرز التحولات التي حدثت له في إطار البيئة الإعلامية الإليكترونية والتقليدية على حد سواء، وذلك من خلال مراجعة الدراسات التي أجريت في هذا المجال، بهدف تقييم هذا المفهوم، وقدرته على تفسير الظواهر الإعلامية المرتبطة به، وقدرته على الصمود أمام التغيرات المتسارعة في عالم الاتصالات والمعلومات، والي أي مدى ينطبق على الإعلام الإليكتروني الجديد، وبيان حقيقة ما يثار حول تراجع دوره وأهميته في البيئة الإعلامية الإليكترونية.

ويأتي هذا استجابة للتحولات الكبيرة التي تشهدها الدراسات الإعلامية في الآونة الأخيرة، في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، والتي أفرزت وسائل جديدة للاتصال، وغيرت ملامح كثيرة في وسائل الاتصال التقليدية، وأثارت الكثير من التساؤلات حول مدى ملاءمة المفاهيم الإعلامية التقليدية، للبيئة الإعلامية الإليكترونية، ومدي قدرتها على التأطير للظواهر التي تتعرض لها.

وتشير كل الدلائل إلى إنه أصبح من الضروري إجراء قراءة نقدية للمفاهيم الاتصالية التقليدية في ضوء هذا الواقع الجديد، لرصد طبيعة التغيرات التي حدثت لها. وتفيد مثل هذه القراءة لمسار مفهوم حارس البوابة في الدراسات الإعلامية الأكاديمية وخاصة الغربية منها –باعتبارها أكثر إنتاجًا وأكثر اهتمامًا بملاحقة المفهوم ودراسته– في عدة نواحي منها: طرح قضية المفاهيم الإعلامية التقليدية وإعادة تقييمها في ضوء

المتغيرات الجديدة الحادثة في عالم الاتصال والإعلام، والمساعدة في إجراء دراسات علمية أكثر دقة، تعتمد على تحديد دقيق للتعريفات الإجرائية للمفاهيم والمقاربات والمداخل النظرية التي تعتمد عليها، وتتخذها منطلقا لها في عمليات التحليل والفهم والتفسير، وأيضًا رصد معالم التحول في أحد الجوانب المهمة في الدراسات الإعلامية، وإعادة تقييم مدى استفادتنا منها علميًا وأكاديميًا.

وتأتي أهمية هذه القراءة البحثية في هذا الوقت، في ضوء تزايد انتشار بعض الرؤى التي تروج لتراجع قيمة مفهوم حراسة البوابة كمدخل لتفسير بعض الظواهر الإعلامية، مشيرة إلى اختفاء ظاهرة حراسة البوابة التقليدية من ساحة وسائل الإعلام الجديدة. وفي هذا الصدد تطرح رؤيتان، تحتاجان إلى إعادة قراءة، لبيان التوجه العلمي المناسب إزائهما، فإحداهما تقوم على تراجع قوة هذا المفهوم في ظل السيل المعلوماتي المتدفق عبر الإنترنت، والذي مكن الكثيرين من تجاوز حراسات البوابة التقليدية، والرؤية الثانية تقوم على استمرارية صلاحية المفهوم على الرغم من التغيرات التي حدثت لأبعاده، مفترضة أن وسائل الاتصال الحديثة والإنترنت، خلقت بوابات أخرى جديدة، ذات طابع إليكتروني، تقوم بذات المهام التي كانت تقوم بها حراسات البوابة التقليدية، كما أوجدت أنواعًا جديدة من حراس البوابة. وما بين طرفي هاتين الرؤيتين، تقع عدة اتجاهات، تتباين في تصوراتها لواقع مفهوم حراسة البوابة.

ويقوم هذا البحث على إعادة قراءة للأدبيات الأكاديمية في مجال حراسة البوابة الإعلامية، وتحليلها تحليلا ثانويًا باستخدام أداة الـ Meta ، مع التركيز على التحليل الكيفي الذي يساعد في وضع هذه الأدبيات والدراسات في إطار رؤية إعلامية: تاريخية وآنية، تتناول حالة بحثية محددة. وقد تم رصد هذه الأدبيات من خلال العديد من قواعد البيانات الإليكترونية مثل Eric, Academic Expanded, Social Science Index, Infotrac, Igentine، وهو ما ساعد في توفير كم كبير من الدراسات الإعلامية المرتبطة بالموضوع، وتم إعادة ترتيبها زمنيا، وموضوعيا، وكذا مقارنتها في ضوء مفاهيم

ودراسات البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية، ثم إعادة قراءاتها وتحليلها في ضوء أهداف الورقة، وإن لوحظ قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت هذا المفهوم في البيئة الإعلامية الإليكترونية.

ويقوم هذا البحث على فرضية أساسية هي: بالرغم من التغيرات التي حدثت لمفهوم حارس البوابة في الآونة الأخيرة، إلا إنه مازال مفهومًا صالحًا للتطبيق على وسائل الإعلام الإليكترونية (الإنترنت).

أولاً- الملامح الأساسية لمفهوم حراسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية

مر مفهوم حراسة البوابة بعدة مراحل متداخلة ومترابطة ومتواصلة، تحمل كل مرحلة منها إرث المرحلة التي سبقتها ، وتتكامل معها في تشكيل المحددات العامة للمفهوم، وإن حدث تغير في زاوية الرؤية للمفهوم من مرحلة إلى أخرى، إلا أن بعض المراحل كانت تقوم بإعادة إنتاج المراحل السابقة، لاختبارها، أو لاستمرار اقتناعها بها، وهو ما يعني أن التطور الزمني لمفهوم حراسة البوابة لا يلغي التصورات القديمة عنه، أو التفسيرات المرتبطة بطبيعة العوامل المؤثرة فيه، بل وقد تتواجد في ذات الفترة الزمنية، دراسات تنتمي إلى رؤى ومراحل مختلفة، وتقدم كل منها تصوراتها الخاصة لمفهوم وعملية حراسة البوابة. وفي ذات الوقت، فإن هذه المراحل متمايزة، بحيث لا يمكن القول بوجود انقطاع مفاجئ أو حاد من مرحلة لأخرى، فكلها لا تزال تشكل أبعاد المفهوم وتثريه، ومن ثم فأفضل الطرق لرصد الملامح الأساسية للمفهوم هي عرضها في إطار رؤية تمزج بين التطور التاريخي للدراسات، وبين التطور النوعي للتوجهات الأساسية الحاكمة لأبعاد المفهوم.

فقبل الخمسينات من القرن الماضي، كانت بداية ظهور المفهوم على يد كرت لوين Kurt Lewin، والذي تركز اهتمامه حول كيفية اختيار الأسرة لصنوف الطعام، وعلى ضوئها تم تطوير فكرة أن الأخبار تمر من خلال قنوات معينة، وداخل هذه القنوات يعمل القائمون بها كحراس بوابة، يتولون فحص الرسائل الإعلامية، ثم يقررون في

النهاية الموضوعات التي تنشر مباشرة، أو التي ينبغي إعادة صياغتها بصورة معينة، أو تلك التي ينبغي إهمالها تمامًا. وفي هذه الفترة، ظهرت بعض الدراسات التي تحلل طبيعة أعمال بعض الصحفيين والمراسلين مثل دراسة ليوروستن عن مراسلي واشنطن 1937، والتي تعد أول دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي، وروىٰ كارتر Carter عن حراس البوابة في الصحافة ومصادرهم الإخبارية، حيث جمع في تحليل مبتكر بين تأثير الجوانب المهنية ومفهوم لوين في عكس ثقافة الصحيفة، وغيرهما الكثير.

وفي الخمسينات والستينات من القرن الماضي، أجريت عدة دراسات ركزت علىٰ الجوانب الأساسية لعملية حراسة البوابة بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح، لكنها أبرزت المعايير الذاتية والشخصية لحارس البوابة، في عملية انتقاء المادة الإعلامية، باعتبار أن حارس البوابة هو الذي يقول نعم أو لا علىٰ الرسائل التي تصله، وقدم بعضها تحليلا وظيفيا لأساليب التحكم في غرفة الأخبار ، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار. ومن أبرز هذه الدراسات، دراسة وايت في عام 1950 عن حارس البوابة The Gatekeeper وانتقاء الأخبار، والتي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال، من خلال دراسته لكيفية تحرير الأخبار التي ترسلها وكالات الأنباء بالتلكس، لإحدىٰ الصحف الأمريكية الصباحية، والتي أوضح فيها أن عُشر اختيارات المحررين لهذه الأخبار، يعتمد علىٰ الاحتكام إلىٰ قيمهم الذاتية والتي ترتبط بخبراتهم الخاصة، واتجاهاتهم وميولهم الاجتماعية، ولعدم وجود مساحة أو للتشابه مع قصص أخرىٰ[1]، وتلتها عدة دراسات ومراجعات، علىٰ فترات زمنية متباينة، خلصت إلىٰ ذات النتيجة.

(1) بعد مرور ما يزيد عن أربعة عشر عاما علىٰ دراسة وايت، قام بول سنيدر Paul Snider بإعادة دراسة وايت، وتوصل إلىٰ ذات النتائج، فحارس البوابة يقيم الأخبار، وفقًا لما يحبه أو ما يرىٰ أن القارئ يريده، حيث تركزت اختياراته علىٰ القصص الإخبارية الجادة والتي تتعلق بحروب دولية، وقلت نسبة القصص ذات الطابع الإنساني في اختياراته. بيد أن هذا التصور تعرض للنقد في بداية الثمانينات لإساءته فهم نموذج لوين، بالتركيز كلية علىٰ القيم التي يتبنها حارس البوابة، وتركيزه علىٰ فحص الأسباب المذكورة، والتىٰ دارت حول لماذا لم تمر بعض الأخبار عبر البوابة بدلاً من دراسة ما رفضه حارس البوابة واستبعده (Brown,1980).

ولكن الدراسات التي تبنت هذا التوجه، اتسمت بالتناقض ومحدودية الأفق، حيث كانت تنظر إلى عملية حراسة البوابة على إنها فقط عملية غربلة الآلاف القصص الإخبارية إلى عدد قليل من القصص يتم نقلها عبر وسائل الإعلام (Shoemaker, 1991; Bass, 1969; Snider, 1967) ، كما أغفلت دراسة الضغوط البيروقراطية التي تشترك في تشكيل المنتج النهائي لوسائل الاتصال، وكذلك أغفلت دراسة البناء التنظيمي لغرفة الأخبار، والبناء الاجتماعي الشامل، كما غفلت عن دراسة حراسة البوابة، كنظام يتأثر بأنظمة أخرى عديدة، واهتمت بدراسة عملية اختيار الأخبار في أوقات طبيعية وعادية وهادئة، بعيدًا عن تأثير الضغوط المختلفة، حيث ظل اهتمامها متمركزًا في شخص حارس البوابة، وتساءلت عن كيفية اتخاذه لقراراته، وكيف يقيم هذا الاختيار؟، دون طرح القضية في سياق أكبر.

وفي ذات المرحلة الزمنية، ظهرت دراسات تركز على جوانب أخرى في حراسة البوابة، بدأت مع دراسة بريد التي نشرت عام 1955 عن القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على العاملين في الصحف، والتي وجدت أدلة تشير إلى ميل الصحف الصغيرة إلى تقليد التغطية الإخبارية للصحف الكبيرة، وهو ما يعني حرمان الجماهير من التغيير والتنويع وتعدد الآراء. وفي دراسة أخرى له نشرت عام 1964، وباستخدام التحليل الوظيفي لمعرفة كيف تدفن أو تحذف الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي وتهاجمه، خلص بريد إلى إنه نتيجة مجموعة الأساليب المطبقة داخل المؤسسة الإعلامية، فإن المحرر الجديد يخضع لمعايير سياسة المؤسسة، أكثر من أي معتقدات أو مبادئ شخصية، قد يحملها معه عند بدء عمله بالجريدة، وأن المحصلة النهائية هي استمرارية نظام القوة السائد في المجتمع، والذي تعبر عنه وسائل الإعلام.

وفي هذه المرحلة أيضًا ومع بدايات السبعينات انفتح المجال قليلاً، نحو أخذ العوامل المؤسسية في الاعتبار، وتركز اهتمام الباحثين على معرفة وتفسير، طبيعة وكيفية تدفق وانسياب الرسائل الإعلامية، وأساليب السيطرة أو التحكم التنظيمي في قسم الأخبار، والعوامل التي تؤثر على اختيارات المحررين وعرضهم للأخبار، وسلطات

رئيس التحرير، وصاحب العمل والعقوبات التي يوقعها على الخارجين على سياسة الصحيفة، وقواعد وأخلاقيات المهنة، والتأثير غير المباشر لزملاء المهنة ومتطلبات الجمهور، ثم الضغوط التي يتعرضون لها من خارج المؤسسة والبناء الاجتماعي، وأخيرًا العلاقة مع القوى الأخرى باعتبارها محكاً له أهمية كبيرة في تقرير شكل ونوع وحجم المادة ودلالاتها، وهو ما يعني أن قرارات حارس البوابة تتأثر بفعل القوى المحيطة بالبوابة.، وليس بذاتيته فقط.

وأشارت هذه الدراسات إلى أن المحرر لا تشغله كثيرًا المعاني الاجتماعية والرؤية النقدية لوقع وتأثير المادة الإعلامية، وليس لديه إدراك حقيقي لطبيعة جمهوره، وأنه قد تختلف دوافعه عن المندوب، الذي ينتقل من مكان إلى مكان، لكي يجمع الأخبار، وهو ما يؤثر بالتالي على ما يختاره. وخلصت للقول إنه بدون فهم القوى الاجتماعية، التي تؤثر على عملية حراسة البوابة، لا نستطيع تحديد حقيقة تلك الأخبار . وفي السبعينات والثمانينات، تم التأكيد على تأثير العوامل التنظيمية والروتينية في تشكيل وصياغة قرارات حارس البوابة، فهي تُصنع في بيئة وسيلة الإعلام، وسياستها وملكيتها، هي التي تحدد نوعية المضمون وتوجهاته، وأن المعايير التي تبدو مستقلة في اختيار الأخبار، تعد إلى حد كبير تبريرات منطقية، لضغوط تنظيمية، ومهنية، وثقافية Baily and Lichty (1972), Epstein (1973), Dimmick (1974), and Shoemaker (1999) (Sigal,1973) . (Gieber,1964)

كما تم التأكيد على أن الصحفيين يعتمدون بشكل كبير على المصادر، ووكالات الأنباء للحصول على للأخبار، وإلى أن عملية حراسة البوابة قد تبدأ في أماكن أخرى، أو تصنع بها، أو تصدر عنها، وقبل أن تصل إلى الصحيفة، فالمعلومات تأتي للصحيفة من عدة مصادر: الرسمية والروتينية وغير الرسمية، مما يحجُّم من دور الصحفي الفرد، لأن عددًا كبيرًا من المصادر مثل المسئولين الحكوميين ورجال العلاقات العامة.. الخ، يصطنعون رسائلهم، ويجتهدون في أن يجعلوها تدخل وسائل الإعلام، ويجعلونها

جذابة، وتتفق مع احتياجات حراس البوابة وتقييماتهم الإخبارية، أملين في أن تمثل قوة ضغط إيجابية ، تستطيع المرور عبر البوابات.

وفي هذه المرحلة وما تلاها حتى بدايات التسعينات، ظهرت دراسات تهتم برصد تأثير الأبعاد الأيديولوجية والثقافية على عملية حراسة البوابة (Gitlin,1980) (Hall, et. al., 1980)، وهو ما ساعد الباحثين على رؤية عملية حراسة البوابة في إطار أكبر من السياق الإعلامي فقط، وبدأت تظهر دراسات تهتم بتحديد طبيعة السياق العام الذي تتم فيه عملية حراسة البوابة، ووضع مستويات تحليلية لها، وبيان تأثرها بالسياقات المختلفة التي تحيط بها، من خلال تحليل جملة عوامل متداخلة ومتشابكة، تشكل في مجموعها قرارات حارس البوابة، ومن هذه المستويات: المستوى الفردي، وبما يكشف عن تأثير القيم والاتجاهات الشخصية لحراس البوابة على عملية اختيار المادة الإعلامية، والمستوى الروتيني بحيث يمكن إظهار القواعد والإجراءات الروتينية التي تتدخل في تحديد طبيعة عملية حراسة البوابة، وأيضاً المستوى التنظيمي الذي يبين تأثير البناء الإداري والتنظيمي، وعلاقات العمل، وضغوط الإنتاج، ونوع الملكية..الخ، والمستوى المؤسسي أو ما وراء الوسيلة Extra-Media والذي يوضح تأثير علاقات المؤسسة الإعلامية بمؤسسات المجتمع الأخرى، كالعلاقة بالسلطة، والمصادر، وجماعات المصالح، والجمهور، والمعلنين، والعلاقات العامة، وعلاقات الاعتماد والتأثير المتبادل بين وسائل الإعلام ذاتها، وأخيرًا المستوى الأيديولوجي والثقافي والاجتماعي، الذي يحلل الأيديولوجية التي تتبناها وتعمل في إطارها الصحيفة وثقافة المجتمع، ويبين تأثير الأيديولوجيا السائدة في المجتمع، ودور النخب المسيطرة على حراسة البوابة (Shoemaker & Reese, 1991).

ويعني ما سبق، إنه مع انتهاء العقد الماضي، بدأت رؤية الدراسات الإعلامية تستوعب أكثر طبيعة العوامل المؤثرة في عملية حراسة البوابة، بيد أنها لم تتمكن من حصر كل الأطراف والعمليات المكونة لها، مما حدا بالبعض إلى القول ، بأنه رغم

بساطة المفهوم، إلا إنه قليل النفع. كما إنه ومنذ منتصف التسعينات، بدأت تعصف رياح البيئة الإليكترونية بالتراث الأكاديمي التقليدي في مجال حراسة البوابة، سواء من حيث تحديدها لطبيعة المفهوم ذاته، أو من حيث رؤيتها لطبيعة العوامل المؤثرة في عملية حراسة البوابة ، وهو ما دفع ببعض الباحثين إلى إعادة إحياء التراث القديم للدراسات الإعلامية في مجال حراسة البوابة، ومحاولة الاستفادة منه في تحليل طبيعة المفهوم وأبعاده في البيئة الإعلامية الإليكترونية Singer, 1998 (Dahlgren, 1992)، وبيان درجات الاختلاف والاتفاق بينهما.

ومن الاستنتاجات التي يمكن رصدها على تطور دراسات حارس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية ما يلي:

1- تنوعت المسميات التي استخدمتها الدراسات الإعلامية في تحليلها لمفهوم حراسة البوابة، حيث اعتبر لوين حارس البوابة هو القاضي العام بالقبول (General judge of acceptability) ، واعتبره وايت، محرر البرقيات (Wire editor)، ونظر إليه شرام على إنه مجموعة أفراد متعددين يشاركون في عملية تدفق المعلومات Varied individuals in the flow of information) واعتبره كل من وستلي وماكلين بمثابة عاملا بين المعلومات والأفراد (Factor between the information and the individuals)، ودرسه جيبر من خلال كل من (الاتحادات والجمعيات الصحفية، والمصادر، والمندوبين، والسياسات التحريرية) وركز كل من كتلب و وليامز على محرر الوكالات اللاسلكية (Wire services)، بينما اعتبر كل من مالتيش و ليستر و كارتر، (مصادر الأخبار والكتاب) هم حراس البوابة، وأطلق عليه هيبرت مسمي المنظمين، وسماه أبو اصبع (1997) بالمغربل، وركز بوكاليو على محرر أخبار التليفزيون، وكل من ديفيد فينش وروبرت جونز وجيم هارت على محرر البرقيات، وأتوود على طاقم الصحفية، وركز أيدينهو وبريد على المؤسسة، واهتم باس Bass بجامعي الأخبار وغيرهم كثيرون، استخدموا مسميات متنوعة، ووحدات تحليل متباينة، مما يشير إلى إمكانية دراسة حراسة البوابة من مناظير

مختلفة، ومواقع متعددة. كما طرحت بعض الكتابات الإعلامية نماذج اتصالية تتعلق بشكل أو بأخر بحراسة البوابة، ومن بينها نموذج وايت، وشرام وكاتز ولازراسفيلد، ووستلي وماكلين، وجالتانج وروج، وسنيدر، وبريد، وهيبرت وديميك، وديكستر ووايت، وجيبر وجونسون، وماكويل، وديفسيون وزملاؤه، ودونيهو وزملاؤه، وفستنجر وغيرهم كثيرون (Zhou, 2001)، بيد أن نماذج وايت وبريد وشيوماكر ورايز تحتل مكانة بارزة بين هذه النماذج، باعتبارهم يمثلون نقاط تحول أساسية في فهم عملية حراسة البوابة.

2- تعددت الوسائل الإعلامية التي تم تطبيق مفهوم حراسة البوابة عليها، بالرغم من نشأته في إطار الصحف واستخدامها لوكالات الأنباء ، إلا إنه تم استخدامها في توضيح طرق تدفق الأخبار داخل الوسائل الإعلامية الأخرى، وخاصة التليفزيون، وإن كانت معظمها تمت على الصحافة، ، وإن كان البعض يرى أن المفهوم أكثر صلاحية للتطبيق على الخدمات الإليكترونية واللاسلكية، أكثر منه على الوسائل الإعلامية التي تقوم بجمع مادتها بنفسها (Gans,1979). وفي الآونة الأخيرة، بدأ يمتد استخدامها ليشمل الوسائل الإعلامية الحديثة كالإنترنت، وإن كانت البيئة المحيطة به أصبحت مغايرة (Singer,1998). وبينما سعت بعض الدراسات التي اختبار المفهوم بشكل مباشر وصريح، فإن البعض الأخر قام بذلك بشكل غير مباشر من خلال بيان بوابات حراسة البوابة والعوامل المؤثرة فيها، بيد أن الأمر يكشف عن تراث إعلامي كبير في هذا الصدد.

3- تعددت الأشكال الإعلامية التي تم تطبيق مفهوم حراسة البوابة عليها، وإن تركزت معظمها حول معايير اختيار الأخبار والقيم الإخبارية، وتغطية الشئون الدولية[1].

(1) **من بين المجالات المهمة التي تم تحليلها في إطار حراسة البوابة هي القيم الإخبارية**، حيث تركز اهتمام الباحثين على معرفة وتفسير طبيعة وكيفية تدفق وانسياب الرسائل الإعلامية، وخاصة في ظل المرحلة التي أبرزت تأثير العوامل التنظيمية وما تفرزه من ضغوط بيروقرطية وإنتاجية. **كما** حظي مفهوم حارس البوابة باهتمام كبير لدي الدراسات التي حللت **تغطية وسائل الإعلام للشئون الدولية**، مثل دراسة Hun 2001 لاتجاهات الصحفيين الأمريكيين تجاه تغطية الأخبار الدولية ومعاييرهم في الاختبار، حيث صنف هؤلاء الصحفيين إلى ثلاثة ==

بيد إنه من الملاحظ إنه قد تم تطبيق المفهوم على فنون متنوعة غير الأخبار مثل الكاريكاتير (Jennifer 2001) والصور الفوتوغرافية (Bissell,2000) وغيرها، وهو ما يعني صلاحية تطبيق المفهوم على مجالات إعلامية متنوعة.

4- تباينت وحدة تحليل مفهوم حارس البوابة من دراسة لأخرى، فبينما استخدم وايت في دراسته، المحرر الفرد ، كوحدة تحليل أساسية، وذلك من خلال تحليل معاييره في اختيار الأخبار الواردة من وكالات الأنباء ، فقد قامت الدراسات التي تلته بتوسيع رؤيتها التحليلية، حيث انتقلت من دراسة محرر البرقيات اللاسلكية wire service إلى الاتحادات الصحفية وإلى الصحف اليومية، والي الناشرين، والمصورين ورسامي الكاريكاتير وغيرهم، وبدأت تنظر إلى حراس البوابة على أنهم ليسوا فقط من يختارون

== صنوف: المثاليين العمليين Pragmatic Idealists، والدبلوماسيين العولميين Global Diplomats، والواقعيين Bottom-line Realists

واهتمت هذه الدراسات بتحديد السمات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للدول كمحدد لكم التغطية الإخبارية التي تحظى بها دولة ما في وسيلة إعلام دولة أخرى (Galtung & Ruge, 1965; Ostgaard 1965; Hester, 1974; Rosengren, 1974).

كما رصدت هذه الدراسات العوامل التي تؤثر على حراس البوابة في تغطيتهم للأخبار الخارجية، ومن بينها دراسة Shoemaker and Reese,1996، ودراسة كل من Chang, Shoemaker, and Brendlinger (1987) عن محددات التغطية الإخبارية الدولية، ودراسةAhern (1984) عن محددات التغطية الخارجية في الصحافة الأمريكية، ودراسة Chang & Lee, (1992) عن العوامل المؤثرة في اختيار حراس البوابة للأخبار الخارجية، ودراسة كل من Galtung, & Ruge (1965) عن بنية الأخبار الخارجية، ودراسة (Hess 1996) عن مراسلي الأخبار الدولية، ودراسة Hester (1971) عن تدفق الأخبار بين الدول النامية والمتقدمة، ودراسة اوستجارد Ostgaard في عام 1965 عن العوامل المؤثرة في تدفق الأخبار، وغيرهم الكثير. ويلاحظ أن معظم الدراسات ، هي دراسات أمريكية، وقد ارتبط الاهتمام بها، بمدي اهتمام صانعي السياسة الأمريكية بالشئون الخارجية، إذ بينما انتشرت هذه الدراسات في الستينيات والسبعينات، تراجعت مع نهاية الحرب الباردة، Norris (1995, 1997 and Arnett (1998)، ومع قدوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وتقريب المسافات الثقافية والجغرافية التي كانت تعيق التغطية الدولية، تأثر اهتمام وسائل الإعلام بها (Norris, 1997; Arnett, 1998; Hachten, 1999). وتهتم بعض الدراسات الحديثة بدراسة التدفق الدولي للأنباء عبر الشبكات الإليكترونية والإنترنت، ودور حارس البوابة في اختيار المادة التي ستبث على الإنترنت (Kang,1998).

القصص الإخبارية، ولكن من يغطون مجالا واسعا من الأدوار الوظيفية في وسائل الإعلام (Hirsch, 1977)، كما وسعت هذه الدراسات من رؤيتها لعدد البوابات التي تمر منها المواد الإعلامية، وكذلك من العناصر التي تؤثر على تدفق الأخبار، كما انتقل المجال من التركيز على مجموعة الأخبار إلى القصة الإخبارية ذاتها .

5- تباينت رؤى الدراسات الإعلامية لطبيعة المفهوم، وتحديد دلالته ومعناه؛ ومن بين التصورات التي سادت حول عملية حراسة البوابة اعتبارها بمثابة سيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار، فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر حتى يصل إلى الجمهور المستهدف. كما تباينت الرؤى حول حقيقة حارس البوابة وهل هو فرد أم مجموعة أفراد؟ وهل يقبع داخل الصحيفة أم يتواجد في أماكن أخرى؟ وكذلك عدد البوابات التي يقف عليها حراس، وهل يتم تخويل سلطة المرور لحارس واحد فرد أم عدة أفراد، ففي الدراسات الأولى ، سادت رؤية تقول بأن حارس البوابة بمفرده له الحق في تقرير ما إذا كانت الأخبار سوف تنقل بنفس الشكل، أو بأشكال مختلفة تمامًا أم لا ، وطوال الرحلة التي تقطعها مادة ما حتى تصل إلى الجمهور، تمر بنقاط معينة أو بوابات يتم فيها اتخاذ القرار، فيما يدخل وفيما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار، حتى تظهر في وسيلة إعلامية، ازدادت المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عده أفراد، تقرير ما إذا كانت ستنقل بنفس الشكل، أم بعد إدخال التغييرات اللازمة عليها. وقد تعرضت هذه الرؤية للانتقاد لتجاهلها المدى الذي يتم فيه صنع الأخبار وبناؤها، وليس مجرد اختيارها للنشر من عدمه ، ولتصورها بأن المعلومات تتحرك بحرية، كما انتقدت لاتسامها بالمحدودية، حيث نظرت لحارس البوابة على إنه شخص واحد، أو مجموعة تعمل في اتفاق، ولم تنظر للتعدد في حراس البوابة، وأن لكل منهم رؤيته، ومفهومه الخاص والجماعي في عملية جمع وتشكيل الأخبار، وأنهم يعملون في إطار بيئة إعلامية لها تقاليدها وأساليبها التنظيمية والإدارية، ومنظوماتها الاجتماعية والسياسية والأيديولوجية، والتي تؤثر بطريقة ما أو أخرى، على عملية حراسة البوابة وعلي الأطراف المشاركة فيها.

كما تباينت الرؤية حول المقصود بطبيعة مفهوم حراسة البوابة ووظيفة حارس البوابة، فالبعض رآها عملية تقتصر على اختيار الأخبار ، بينما نظر إليها البعض الثاني على أنها عملية فهم للمؤثرات والعوامل التي تتحكم في القرارات الإعلامية والصحفية، التي يتخذها حارس البوابة ومعايير الانتقاء وعرض الأخبار، والبعض الثالث مثل دونيهو وزملائه(Donahue, (Tichenor, O'lien نظر إليها كعملية أوسع من مجرد السيطرة على المعلومات، فهي ليست فقط اختيار الأخبار، ولكن تتضمن أيضًا عمليات المنع والحجب والنقل والتشكيل والعرض والتكرار والتوقيت والاختيار، حتى تصل الأخبار من المرسل إلى المستقبل، فهي عند مستوى أكبر من التحليل عملية إعادة بناء للإطار العام الأساسي للحدث، حتى يتم تحويله إلى خبر ، فما يحدث خلال عملية الترحيل والنقل والحذف وتفسير المعلومات ، يؤثر على الناتج النهائي للمادة، والبعض الخامس اعتبرها مدخلاً لفهم الإعلاميين وسماتهم وخصائصهم، وطبيعة عملهم باعتبار أن حراس البوابة هم الذين يقررون ما يحتاجه الناس لمعرفته أو ما هو جدير بمعرفته(Janowitz, 1975) أو هو صورة الصحفي لنفسه كحارس بوابة للمعلومات . (Singer, 1998)

6- تنوعت طبيعة السياق الذي تم فيه تحليل عملية حراسة البوابة، من مرحلة لأخرى، إذ بينما اكتفت الدراسات الأولى بتحليل سياق عمل محرر فرد، فإن الدراسات التي تلتها قامت بتحليل حراسة البوابة في إطار سياق الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية، وسياق العلاقات بين المحررين والمصادر والقوي المؤثرة على خيارات المحررين وقراراتهم، وعلاقة وسائل الإعلام ببعضها، وأيضا تحليل السياق الأيديولوجي والثقافي العام. كما اختلفت رؤية هذه الدراسات لحدود حارس البوابة من مرحلة لأخرى، إذ بينما رأي البعض أن حراسة البوابة تبدأ من داخل الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية، فالبعض الثاني، رأى أن المؤسسة الإعلامية هي البوابة الرئيسية أو حارس البوابة الرئيسي الذي تمر عبره الأخبار (Baily and Lichty,1972) والبعض الثالث رأي أن حارس البوابة الأولى هو المصدر الذي تنشأ منه القصة... الخ. ويعكس هذا

الاختلاف بين الدراسات حول نقطة البدء في حراسة البوابة، تفاوت تحديدها، لمفهوم حارس البوابة ذاته، فهناك من يرى أنهم الصحفيين الذين يقومون بجمع الأخبار، وآخرون يرون أنهم مصادر الأخبار الذين يزودون الصحفيين بالأخبار (Chibnall,1979) وجماعات الضغط، والمنظمات المهنية، و أفراد الجمهور، مع العلم بأن كل أولئك وغيرهم يمثلون حراس بوابة في مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأخبار، ولديهم القدرة على التأثير على قرارات حارس البوابة.

7- أقرت الدراسات الإعلامية بدور فاعل لحارس البوابة في التعامل مع المواد التي يتخذ قرارات بشأنها، سواء من حيث الكم أو الكيفية، في ظل تصور بأن وظيفة بوابات الحراسة هي تنظيم كمية المعلومات وكيفيتها، وأن لدور حارس البوابة أهمية كبيرة في الاتصال الاجتماعي، وفى تحديد آراء الجمهور عن العالم والبيئة المحيطة بهم، فمن ناحية الكم، يقوم حارس البوابة بتصفية المعلومات والأخبار، واختيار القليل منها والذي يتلاءم مع جمهوره، وفقًا لمعايير متعددة، والسماح لها بالانتقال إلى المراحل التالية، وهو ما يعني أن كل قرار يتخذ بتوصيل، أو نقل شيء ما، هو قرار بكبت أو إخفاء شيء آخر، وما يخرج أو يدفن هو نتيجة لعديد من الضغوط المتنافسة. وإن كان قدر المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات، أكثر مما يدخل فيها، باعتبار أن حراسة البوابة هي بمثابة أجهزة تقوية تستطيع أن تصنع عدداً كبيراً من الرسائل المتطابقة في نفس الوقت، وتوصلها إلى الجمهور. ومن ناحية الكيف، فإن بعض المعلومات التي تخرج من نهاية عملية حراسة البوابة، لا تشبه المعلومات التي دخلتها في البداية، إلا في نواح قليلة. فنفوذ من يديرون هذه البوابات، والقواعد التي تطبق عليها، تؤثر في انتقال المعلومات وتشكيلها، وإعادة ترتيبها وتفسيرها، وإسقاط جزء منها أو إضافة شيء إليها ... الخ. وهو أمر يكشف عن أهمية دور حارس البوابة، على الرغم من بساطة ما يقوم به من عمل من خلال تقريره لمصير حدث ما، إلا أن الواقع يكشف عن إنه يمكن أن تسيطر النخب السياسية والاقتصادية على ثقافة المجتمع وعلى معدل التغير فيه، من خلال القرارات التي يتخذها حراس البوابة يوميًا، سواء بالنشر أو بالحجب.

8- من أهم نقاط الخلاف بين الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية المتعلقة بمفهوم حراسة البوابة، هو التباين حول طبيعة العوامل المؤثرة في تشكيل هذه المفهوم. وقد تعددت العوامل التي أشار إليها الباحثون في هذا الصدد، بيد أن نقاط الخلاف لا تزال تراوح مكانها، فعلي سبيل المثال، لا يزال الخلاف قائمًا حول تأثير العوامل الذاتية على اختيارات حراسة البوابة، وهي المقولة الأولى التي افتتح بها وايت دراسات هذا المجال، وهي مقولة لا تزال غير محسومة حتى الآن، بل أن بعض الدراسات الحديثة وبعد ما يزيد عن خمسين عامًا، تعيد التأكيد على أهمية هذا البعد في قرارات حارس البوابة (Bissell, 2000) في وقت تزداد فيه مشروعية هذه المقولة في البيئة الإليكترونية عن ذي قبل، وهو أمر يحتاج لمزيد من الدراسة لبيان أبعاده.

وكما تعددت العوامل التي أشار إليها الباحثون، فيما يتعلق بتأثيرها على عملية حراسة البوابة، فإن مداخلهم تباينت أيضًا، فبينما سعي بعضهم إلى اكتشاف طبيعة عامل واحد على عملية حراسة البوابة، سعي آخرون إلى تقييم أكثر من عامل، وبينما سعي البعض إلى اكتشاف طبيعة العوامل المؤثرة على عملية حراسة البوابة، بغض النظر عن وضعها في أطر ترتيبية توضح طبيعة العوامل التي تتصدرها، فإن دراسات أخرى، صنفتها في إطار مصفوفة هيراركية من العوامل والمستويات والمراحل، وبينما غلب على الدراسات التي اهتمت بقياس العوامل المؤثرة على حراسة البوابة، الطابع التطبيقي والميداني ، فإن قلة من الدراسات هي التي اهتمت بالتأطير والتنظير لهذه العملية (Shoemaker, and Reese, 1991). كما جاء الاهتمام بحراسة البوابة والعوامل المؤثرة على أدائها في إطار بعض الكتابات النظرية عن الاتصال والإعلام والصحافة، وتعريفها بالمفاهيم الاتصالية وأركان عملية الاتصال، وهو الأمر الغالب، كما ناقشتها كتابات أخرى في إطار نظريات ونماذج الإعلام والاتصال، إلا إنه يلاحظ اقتصار هذه الكتابات على زوايا محددة، وعلي تعريف مبسط ومقتضب وأحادي الرؤيا للمفهوم (Hiebert, et. al, 1974).

9- اهتمت بعض الدراسات بإبراز آثار عملية حراسة البوابة الإعلامية على المجتمع وقيمه ونظمه وسياساته وتقاليده، ورأت معظمها أنها تؤدي إلى الحفاظ على الأوضاع القائمة، وهيمنة القوي السائدة في المجتمع. وبالرغم من مرور عقود كثيرة على دراسة بريد 1955، فإن الدراسات الحديثة عادت وأكدت هذه الحقيقة من جديد ، مشيرة إلى أن حراس البوابة يختارون الأخبار عامة بناء على سياسات تحريرية محافظة توضع من قبل مالكي وسائل الإعلام، لكي لا تهاجم السياسيين الأقوياء، أو المعلنين أو الجمهور، وهو ما يؤدي إلى حرمان الجمهور من حقه في المعرفة الحقيقية والموضوعية والمتكاملة (Jennifer,2000).

10- لم تركز الدراسات الإعلامية في البيئة الإعلامية التقليدية كثيرًا على أخلاقيات حراسة البوابة، وإن عدت بعضها لأمانة المحرر ولموضوعيته، أهمية خاصة في تحديد وانتقاء الأخبار، وتشكيل معرفة القراء. ولم تهتم هذه الدراسات كثيرًا برصد تأثير تكنولوجيا الاتصال على هذه الأخلاقيات، وإن أشار بعضها إلى أنها جعلت المعلومات أقل دقة، فالصحفيون مضغوطون بسبب عنصر الوقت، وعليهم أعمال كثيرة، وهو ما يحدث تحريفًا غير متعمد في الشكل النهائي للمادة الإعلامية. بيد أن البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة، والتي بدأت تترك آثارها بشكل كبير على عملية حراسة البوابة، دفعت ببعض الباحثين للقيام برصد أبعاد هذا التأثير وتحديد معالمه، باعتبار أن العامل التكنولوجي يمثل حجر الزاوية في تعريفها، كما يلعب دورا مؤثرا في تحديد مفهومها .(Deuze, 1998)

ثانياً : حراسة البوابة على الإنترنت :

يشهد مفهوم حراسة البوابة العديد من التغيرات في ظل البيئة الإعلامية الإليكترونية، والتي تصاعد نجمها في الآونة الأخيرة. وتضم هذه البيئة الإعلامية الجديدة في إطارها عدة وسائل إعلامية، وفي مقدمتها الإنترنت، والتي تعد وسيلة إعلامية جديدة في حد ذاتها. وفي هذا الصدد، تطرح عدة تساؤلات أساسية حول تأثير هذه البيئة الإعلامية

الجديدة بما لها من سمات وخصائص متميزة على طبيعة الأداء الإعلامي، وعلي عملية حراسة البوابة، ومدي توافقها مع هذه الوسيلة الجديدة، وطبيعة حراس البوابة العاملين في البيئة الجديدة؟ وسماتهم؟ ورؤيتهم لأدوارهم المهنية؟، ومدي تأثير البيئة الإعلامية الجديدة على وظائفهم الإعلامية؟، وعلي طبيعة المهام المناطة بهم؟، ومدي صلاحية مفهوم حراسة البوابة (سواء بمفرده أو ضمن حزمة مفردات ومداخل أخرى) لتفسير الظواهر الإعلامية الجديدة على الإنترنت، وكذلك طبيعة العوامل التي تؤثر في هذا المفهوم في هذه البيئة؟، وكيف تتأثر وظيفة وأخلاقيات حراسة البوابة بالطبيعة التفاعلية للوسائل الإليكترونية الجديدة؟ وهو ما يمكن رصده من خلال قراءة الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجريت في هذا المجال.

1- مدى صلاحية مفهوم حراسة البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية:

من بين الأفكار الأساسية التي تطرحها الدراسات الإعلامية فيما يتعلق بمفهوم حراسة البوابة في البيئة الإليكترونية، هي مدى سريان صلاحية هذا المفهوم في إطار هذه البيئة؟ وفي هذا الصدد تباينت الرؤى، فبينما رأي البعض أن مفهوم حارس البوابة لم يعد قائمًا في ظل هذه البيئة الإعلامية الجديدة، فإن البعض الأخر، يرى أن المفهوم مازال صالحًا للتطبيق على البيئة الإعلامية الجديدة، وفي إطار هاتين الرؤيتين، طرحت عدة أفكار .

أما الرؤية الأولى: فتقول بزوال مفهوم حراسة البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، حيث أصبح بمقدور كل فرد أن يطلع على ما يريده من أخبار ومعلومات وآراء، بدون رقيب أو حارس يقوم - نيابة عنه - بالمهام التقليدية لحراس البوابة من تصفية وفلترة وحجب ومنع وتقييد ومصادرة للمعلومات والأخبار والآراء، كما أصبح بمقدور كل فرد القيام بوظيفة حارس البوابة بنفسه (Reuven, Frank, 2000) (Kate, et al., 1999) سواء أكان يقوم بعمل إعلامي أو كجمهور متلقي للمعلومات، وأن يقوم بذاته بتحديد احتياجاته واهتماماته من الوسائل الإعلامية الإليكترونية

الجديدة، ويولفها بما يتوافق مع هذه الاحتياجات والاهتمامات أو يقوم باختيار نوعية المصادر التي يتعرض لها، والموضوعات التي يقرأها أو يراها أو يسمعها أو يشاهدها، ومن ثم لا يحتاج المرء لشخص آخر أو حارس بوابة، يقرر أو يختار أو يلخص أو يعيد تغليف أو يحلل أو يفسر له المعلومات والآراء أو يسترجعها (Zhou, 2001).

ويقول أنصار هذا الفريق بزوال القيود التي كان يتحجج بها حراس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية، سواء الضغوط السياسية أو قيود الحصول على المعلومات وبثها، ومن ثم فلا حاجة لحراس بوابة يقومون بوظائف تجاوزتها الوسائل الإعلامية الجديدة .ويشيرون إلى ظهور فئة جديدة من الإعلاميين، لا تتعرض للضغوط التقليدية التي يتعرض لها الإعلاميون في الوسائل الإعلامية التقليدية، سواء أكانت ضغوط تنظيمية أو روتينية أو من ناحية المساحة أو التوقيت أو غيرهما، فحراس البوابة الجدد يمتلكون مواقعهم الخاصة، وهم فقط الذين يحددون نوعية الضغوط التي يتعرضون لها ويرسمون لأنفسهم الحدود التي يقفون عندها، كما لم يصبح من الضروري تواجد عدد كبير من الإعلاميين كحراس بوابة، يسهمون في إنتاج عمل إعلامي معين، أو أن تمر المادة الإعلامية على عدة بوابات، قبل أن تصل إلى الجمهور، وليس بالضرورة كذلك أن تتم مراحل عملية حراسة البوابة في شكل خطي Linear أو أن يبتدأ فتح البوابات من قبل الإعلامي ، إذ أصبح من الممكن تبادل المواقع بين أطراف عملية حراسة البوابة، وأصبح بمقدور كل طرف فيها القيام بالدور الأول في العملية، أو أن يمتلك مفتاح البوابة، كما أصبح حراس البوابة غير معروفين الهوية في بعض الحالات وغير محددين بدقة، وقد يتخفون تحت أسماء وهويات مجهولة، وتسهم هذه العوامل وغيرها، في تراجع مكانة حارس البوابة التقليدي في البيئة الجديدة، وتجعل المفهوم ذاته غير واضح المعالم، كما تجعل مستقبله غامضاً بين المفاهيم الإعلامية الأخرى (Ekaterina, 1998).

وفي مقابل هذه الرؤية، يرى البعض الأخر، إنه على الرغم مما يبدو من أن مفهوم

حراسة البوابة لا يرتبط بالصحافة الإليكترونية والإنترنت، باعتبار أن المستخدمين يمكن أن يحددوا بأنفسهم المعلومات المهمة، ولا يحتاجون إلى مفسر لهذه المعلومات (Singer, 1998, Kate, et al., 1999) وأنهم أحرار في الرقابة على المعلومات، إلا أن حراس البوابة مازالوا يتواجدون في الساحة الإعلامية الإليكترونية، ولا يزالون يمارسون ذات المهام التي كان يقومون بها، في وسائل الإعلام التقليدية (Harper,1998)، ويقرون بأنه على الرغم من وجود أنواع جدد من حراس البوابة، إلا أن هناك حراس بوابة آخرين، لا يزالون يقومون بذات المهام التي يقوم بها حراس البوابة التقليدين، ، ويؤكدون أن مهمة الغربلة أو الفلترة لم تختفي تمامًا، فبعضها يقوم بها حراس أفراد، والبعض الأخر تقوم بها وسائل وبرامج متخصصة.

فجوهر وظيفة ومهام حراسة البوابة مازال حيًا في البيئة الإليكترونية (Ekaterina, 1998). وإن اختلف السياق الذي تتم فيه هذه المهام، فهم أما يقومون باختيار ذات المادة التي تنشرها وسائل الإعلام التقليدية وبثها على الويب، أو يقومون بوظائف قريبة من ذات الوظائف التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية، أو على الأقل تحول حارس البوابة Gatekeeper إلى Facilitator يقوم بتسهيل عملية تلقي المعلومات وتداولها واختيارها، كما أظهرت هذه البيئة نوعية جديدة من حراس البوابة الإليكترونيين أو الإعلاميين الإليكترونيين، يتزايد الحاجة لهم ((Stepp, 1996)، بالرغم من أن العديد منهم يشعرون بأنهم غير مقبولين من قبل الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام التقليدية (Belsie, 1996). بالإضافة إلى مزودي خدمات الإنترنت، والشبكات الإخبارية الإليكترونية، وأصحاب المواقع الخاصة، أو ما يعرف بـ Infomediaries وغيرهم (Jennifer, 2000)، فضلا عن قيام بعض برامج الكمبيوتر والإنترنت (وبشكل إلى وأوتوماتيكي) باتخاذ قرارات تحريرية بما تراه ملائما أو غير ملائما للاطلاع عليه من قبل الجمهور، ومن ثم تضطلع بمهام حراس البوابة (Kate, et al.,1999) (Singer,1998).

وينفي أنصار هذا الفريق تراجع مكانة حراس البوابة في البيئة الإليكترونية، ويرون أن دور حارس البوابة أصبح أكثر أهمية (Ekaterina, 1998) (Pavlik, 2001)، وإن

كان هذا الدور يجب أن يتغير ليتلائم مع طبيعة البيئة الجديدة، التي يتبادل فيها الجمهور وحراس البوابة المعلومات بغزارة عبر أجهزة الكمبيوتر، في وقت يواجه فيه الجمهور صعوبات في تقييم جودة ومصداقية هذه المعلومات، وهو ما يؤكد الحاجة إلى حراس بوابة محايدين، يساعدون في عملية الاختيار والتقييم لهذا الكم الهائل من المعلومات المتوافرة على الوسائل الإليكترونية (1998) Singer (1995) Schudson، وإلي زيادة الاهتمام بأدوار صناعة المعني وإعمال العقل sense-making في المعلومات المتوافرة، ومساعدة الجمهور للوصول إلى المعلومات الموثوق فيها، وتوجيههم إلى المصادر المحايدة (Pavlik,2001).

وبناء عليه فإن نظرية حراسة البوابة لا تزال ملائمة للبيئة الإليكترونية، ويمكن أن تنطبق على الإعلاميين وحراس البوابة الجدد، بالرغم من تغير طبيعة الأدوار التي يقومون بها في عملية صناعة الأخبار بسبب التغير في البيئة التي يعملون فيها Kate,et (al.,1999) (Hartper,1998)، بل ويؤكد أنصار هذه الفريق أن مفهوم حراسة البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة يوفر أساسًا قيمياً جديداً لاختيار ونشر الأخبار أكثر مما يبدو ظاهريا، ويتساءلون عن الآثار التي يمكن أن تنجم عن اختفاء حراسة البوابة في البيئة الإليكترونية، ويقولون إنه بالرغم من أن الويب سمحت بوجود أصوات إعلامية لا تتعرض للفلترة أو التنقيح أو المراجعة، فإنه يتواجد أيضا إعلاميون متميزون يقومون بوظيفة حراسة البوابة على خير وجه، سواء في اختيار نوعية المواد التي يعرضونها على جمهورهم أو في التزامهم بالقيم المهنية.

2- أهم الفروق بين سمات حراسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية:

أصبحت وسائل الإعلام الإليكترونية الجديدة منافسًا قويًا لوسائل الإعلام التقليدية، في مجال الإخبار والإعلام والترفيه، كما أصبحت تتمتع بجمهور كبير، وبسمات خاصة، تجعلها قادرة على جذب الجمهور، وعلي تغيير المضمون الإعلامي، وطريقة عمل

الصحفيين وصناعة الأخبار، وطرح تصور جديدة للعلاقة بينها وبين الجمهور (Pavlik, 2001) (Zhou, 2001)، ومن بين هذه السمات: التفاعلية والفورية واللاتزامنية وتجاوز الحدود المكانية واللامركزية والمرونة (McQuail, 1994) وغيرها، كما خلقت لذاتها مجموعة خاصة من القيم وأساليب العمل التي تتفق مع طبيعتها (Singer,1998) (Harper,1998). أما عن أبرز الفروق بين حراسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية فهي كالتالي:

(أ) عدد أفراد حراس البوابة: بينما يصل عدد حراس البوابة إلى المئات في وسائل الإعلام التقليدية، لكل منهم دور ووظيفة ومهام يقوم بها عند مرحلة معينة من مرور المادة الإعلامية، فإن وسائل الإعلام الجديدة في البيئة الإليكترونية، قلصت إلى حد كبير عدد حراس البوابة التي يضطلعون بالمهام التحريرية للمادة الإعلامية، واتخاذ القرارات الخاصة بالنشر والبث والإذاعة. كما أصبح الفرد الواحد يقوم بعدة مهام في ذات الوقت، منها جمع المادة الإعلامية، واتخاذ قرار بنشرها، وتصميمها وبثها، وهو ما يعني تقليل عدد القوي التي تتدخل في اتخاذ قرارات حراسة البوابة، ولكن من ناحية أخرى، تزيد من عدد القرارات التي ينبغي على حارس البوابة الفرد اتخاذها، كما تزيد من عدد المهام التي يقوم بها .

(ب) عدد بوابات الحراسة: قلصت الإنترنت إلى حد كبير من عدد البوابات الإعلامية التي تمر بها المادة الإعلامية، فلم يعد من الضروري مرورها بعدة بوابات من المصدر إلى الإعلامي، فالأقسام الإعلامية والصحفية المتعددة التي تتخذ قرارات حيال المادة، ثم الأقسام الإنتاجية المختلفة لتصميم وإخراج وتنفيذ المادة الإعلامية، حيث يمكن أن تختزل هذه البوابات في بوابة واحدة أو أكثر، تتجمع فيها مفردات عملية حراسة البوابة ، كما يمكن أن يتبادل فيها أطراف العملية، مواقعهم في بدء مراحل الحراسة، وهو أمر له دلالته، سواء من ناحية تقليل كم ونوعية التدخل في عملية اتخاذ القرار، وسرعة اتخاذه، وإن كان ذلك يؤثر من ناحية أخرى على دقة وجودة العمل الإعلامي.

(ج) **طريقة توصيل الأخبار والمعلومات:** أفرزت البيئة الإعلامية الإليكترونية، أشكالاً ووسائل جديدة من توصيل الأخبار والمعلومات، لم تعهدها وسائل الإعلام التقليدية (Kang, 1998)، حيث أصبح بمقدور حارس البوابة دفع المادة الإعلامية إلى الجمهور باستخدام الـ Push Technology والبرامج الجديدة التي تساعد في توصيل المادة الإعلامية إلى الجمهور بطريقة جديدة، وعلي أسطح أجهزة كمبيوتراتهم مثل برامج الـ PointCast، وهي آلية تساعد كل من حارس البوابة والجمهور على المشاركة في اتخاذ القرارات الإعلامية بشأن ما يبث وما يقرأ وما يشاهد، حيث تسمح هذه الوسائل الجديدة للجمهور بتحديد ما يريده، من قوائم محددة، ومصادر معينة، ويتم بث مضامينها إلى الجمهور، على مدار الساعة، كما أصبح الجمهور قادرًا على الوصول إلى الأخبار الخام أو الأصلية Pure News، وبشكل فوري، فالأخبار والمعلومات تتدافع بلا تتوقف، وتتجدد بدون فاصل زمني يذكر، وفقًا لما يختاره منها.

(د) **المضمون الرقمي وحراسة البوابة:** مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات في البيئة الإليكترونية، تغيرت مراحل العمل التقليدية في مجال حراسة البوابة، سواء في طريقة إنتاج المواد أو استهلاكها، كما أثرت في كم وكيفية وسرعة إنتاج هذه المواد (Maynard, 2000) ، و كذلك في طريقة استقبالها أو بثها، وسهولة التعامل معها وتحريرها وصياغتها ونسخها واسترجاعها، وهو ما أدي إلى زيادة المهام الملقاة على عاتق حارس البوابة في بعض المراحل عن غيرها، إذ بينما قل الجهد الذي يبذله في الحصول على المادة الإعلامية، فقد زادت مهامه في مجال معالجة المعلومات والأخبار وصياغتها وتحريرها عن ذي قبل، كما زاد عدد القرارات التحريرية والتكنولوجية التي ينبغي اتخاذها، كما أتاحت الرقمنة والمعالجة الآلية للأخبار والمعلومات والآراء، إمكانية إلغاء بعض المهام التقليدية لحارس البوابة، واتخاذ قرارات بشأن اختيار مواد إعلامية معينة دون سواها أو تصنيفها أو تبويبها بطريقة ما أو أخرى، حيث أصبح بمقدور حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، توليف موقعه الإعلامي، لاختيار مواد وأخبار ومعلومات معينة من مصادر محددة، وبثها بشكل تلقائي وآلي، بدون تدخل بشري في عملية اتخاذ القرارات.

ولكن من ناحية أخرى أوجدت الرقمنة عدة إشكاليات أخلاقية منها سهولة التعدي على ممتلكات الآخرين ونسبتها لغير أصحابها من حراس البوابة الأصليين، كما سهلت من عملية التشويه والتحريف والتحوير في المضمون الإعلامي. كما تراجع دور جامعي الأخبار في البيئة الإعلامية الإليكترونية في مقابل تصاعد دور معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات (Weir, 2000)، حيث لم يصبح من الضروري نزول الإعلامي إلى الميدان وجمع المادة الصحفية ، إذ أصبح بمقدوره تجميع هذه المادة والاتصال بأطرافها ومصادرها عبر وسائل إليكترونية مثل البريد الإليكتروني والقوائم البريدية والجماعات الإخبارية والمؤتمرات الفيديوية وغيرها، وهو أمر يؤدي إلى تراجع قيام حراس البوابة بأدوار مهنية مهمة.

(هـ) طبيعة عمل حارس البوابة: بالرغم من السمات الخاصة والمتميزة للبيئة الإعلامية الإليكترونية، فإن حراس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بنفس المهام التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية، سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها، وإن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها، وزادت أهمية بعضها عن غيرها، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار إن للبيئة الإعلامية الإليكترونية سماتها الخاصة، والتي تفرض مهام جديدة على حراس البوابة العاملين بها، وبحيث لم يعد يقتصر عملهم على اتخاذ قرار بنشر مادة معينة وحجب غيرها، إذ أصبح عليهم اتخاذ عدة قرارات أخرى، تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة لها، والرسوم التوضيحية والجرافيكية والخرائط وقواعد المعلومات المناسبة لها، وروابط البريد الإليكتروني وخلفية الكاتب، كما زادت من عدد التساؤلات التي يطرحها حارس البوابة على نفسه أثناء عملية اتخاذ قرار بشأن مادة معينة، مثل: هل يكتفي ببث النص الإعلامي والإخباري، أم يتم إضافة مواد سمعية وبصرية ومرئية له، وهل يلحق بريده الإليكتروني على كل ما يكتبه، وهل يدخل في محاورة مع الجمهور (Regan, 2000) وغيرها من التساؤلات.

وقد خلصت الدراسات الإعلامية الحديثة التي أجريت في هذا المجال، إلى أن حراس البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية يستثمرون جل وقتهم في تحديد ومعالجة الحزمة المعلوماتية والإخبارية التي يقدمونها للجمهور، أكثر من التركيز على عملية جمع المادة الإعلامية الميدانية، وهو ما يوفر أمامهم فرص أكبر لممارسة قدر أكبر من اختيار المادة الإعلامية، وتنويع طرق عرضها، وتفسير حقائقها وبياناتها، كما خلصت هذه الدراسات الإعلامية، إلى أن حراس البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، أصبحوا أكثر ميلاً لإعادة تغليف وتفسير المعلومات التي يلتقطونها من المصادر الأخرى، عن تلك المعلومات التي يقومون بتطويرها بذواتهم (Weir, 2000).

(ز) **الأشكال والصيغ الإعلامية**: أثرت البيئة الإعلامية الجديدة على طبيعة العمل الإعلامي وعلي الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث أصبح أقل رسمية وروتينية، مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها الإعلامية، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية ، توفر العديد من الخيارات أمام حارس البوابة، أثناء اتخاذه قرار بتمرير مادة إعلامية ما، سواء فيما يتعلق بطريقة نشرها، أو توقيتها، والاحتفاظ بها، أو إبرازها في عدة أشكال، أو توزيعها، أو بثها (Neuberger, 1999) وهو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق ملكاته وقدراته الإعلامية، ولا تقيده بقيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر طبع أو موعد توزيع ... الخ فضلاً عن كونها بيئة تسمح له بخلط الأشكال الإعلامية التي كانت منفصلة، سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الحوار أو الدردشة أو المنتديات وغيرها، مع إمكانية تقديم الأشكال الإعلامية التقليدية بصورة جديدة، فالخبر يتم بثه بمجرد حدوثه وبشكل فوري، ومن موقع الحدث، وبوسائط إعلامية متعددة، مع الكثير من التحليل والعمق.

كما يمكن تقسيم القصة الإعلامية إلى مقاطع ملحق بها روابط تشعبيةhyperlinks تقوم بعمليات التفسير وتقديم الخلفيات، وتوفير سياق معلوماتي مميز، يعطي رؤية

أوسع وأشمل للحدث (Kate, et al., 1999) (Garrison, 2000)، كما تفتح المجال أمام أنواع جديدة من التغطية الإعلامية الفورية والمتكاملة وما يعرف بالتغطية ذات الحواشي والهوامش annotative reporting (Deuze, 1999, 2001) وبينما تحمل الوسائل التقليدية المعلومات في اتجاه واحد، فإن الوسائل الجديدة تحملها في أكثر من اتجاه (McAdams, 1995)، كما تزيد من توقعات المستخدمين بمساعدة حراس البوابة لهم في اختيار ما يناسبهم من معلومات ولفت أنظارهم لما يهمهم من أحداث، والتحاور معهم بأشكال إعلامية جديدة وغير مألوفة في وسائل الإعلام التقليدية. (Sheerin,1998; Weir, 2000) .

(ح) وفيما يتعلق بعلاقة حراس البوابة بالأطراف التقليدية في العمل الإعلامي، فقد غيرت البيئة الإعلامية الإليكترونية من الصورة القديمة للعلاقة بين حراس البوابة وغيرهم من الأطراف المنخرطة في حراسة البوابة، ففيما يتعلق بالمصادر، تغيرت نوعيتها، بحيث أصبح معظمها من النوع الإليكتروني، أي يتم التعامل مع أجهزة ووسائل إليكترونية أكثر من التعامل مع المصادر الحية، وبمقتضى ذلك يقوم حراس البوابة برصد وجمع وتصنيف وتحليل وتبويب المواد الإعلامية التي يتم استقبالها من الوسائل الإليكترونية الأخرى كوكالات الأنباء والشبكات الإخبارية وقواعد المعلومات وغيرهم، وإن كانوا لا يزالون يتمتعون بالقدرة على الاتصال بالمصادر الحية، سواء لجمع المادة أو لرصد آرائهم أو مواقفهم أو غيرها .كما تغيرت إلى حد كبير طرق اتصالهم بالمصادر، حيث أصبحت تتم عبر أجهزة المودم والكمبيوتر، أكثر منها عن طريق الاتصال المباشر، بما لذلك من مزايا وعيوب، كما أصبح شكل التراسل والتواصل يتخذ أشكالا جديدة مثل البريد الإليكتروني، والدردشة الفورية، وبرامج التراسل الفوري والمؤتمرات الفيديوية وغيرها.

وفيما يتعلق بعلاقة حراس البوابة بالجمهور، فإنه من بين الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الإليكترونية، هي تراجع التوجه الأحادي القديم الذي يتخذ طابع تدفق الآراء والمعلومات بشكل رأسي من حراس البوابة إلى الجمهور، حيث أصبح

يتخذ شكلا تفاعليا وتبادليًا للمواقع كمصدر وكمتلقي ، كما تغيرات حركة اضطلاع المثلث التقليدي في العلاقة بين المصادر وحراس البوابة والجمهور، حيث أصبح بمقدور الجمهور الاتصال المباشر بالمصادر الأصلية دون المرور بحراس البوابة (Pavlik, 2001)، كما لم يعد الجمهور متلقيا سلبيا، في هذا العلاقة، بحيث أصبح بمقدوره تقرير ما يتعرض له، ويتوافق مع اهتماماته، فضلاً عن قدرته على المشاركة في صناعة الحدث والمضمون والرأي (Singer, 1998). كما تغيرت طبيعة علاقة حراس البوابة بقرائهم، حيث أصبحوا يبذلون جهدا كبيرا في تطوير هذا العلاقة وقراءة رسائل القراء الإليكترونية، والرد عليها، والمشاركة في الحوارات والمنتديات، والإجابة على الأسئلة وغيرها، في وقت يتمتعون فيه بميزة مهمة، وهي قدرتهم على التعرف على أعداد جمهورهم، وتوقيت تعرضهم لما يقدمونه، وكم الوقت الذي يقضونه في القراءة أو المشاهدة أو الاستماع، وطبيعة المضامين التي يفضلونها، وهو ما يساعدهم في اتخاذ قرارات تتلائم مع طبيعة جمهورهم، ويزيد من درجة التفاعلية بينهم (Stein, 1998).

3- حراسة البوابة ومفهوم الرقابة وحرية الإعلام:

من بين الدلالات المهمة في مفهوم حراسة البوابة علاقته بحرية الإعلام والصحافة، وحرية التعبير، حيث يشير مفهوم الحراسة إلى وجود عوائق تقف أمام تدفق البيانات والأخبار والمعلومات والآراء بحرية عبر الوسائل الإعلامية، بفعل ما يقوم به حراس البوابة من منع وحجب ومصادرة للمواد الإعلامية، فضلاً عن القيود السياسية والقيود التنظيمية والروتينية داخل وسائل الإعلام. ويشير المفهوم أيضًا إلى أن ثمة علاقة بين كم وطبيعة ونوعية حراسات البوابة، وبين درجة الحرية الإعلامية المتاحة لوسائل الإعلام، إذ إنه كلما تعددت هذه البوابات، وتباينت وكثرت القوي التي تتحكم فيها، كلما أثر ذلك بدرجة سلبية على درجة الحرية المتاحة أمام وسائل الإعلام.

وقد أرتبط مفهوم حراسة البوابة بمفهوم الرقابة بفعل قيام حراس البوابة بتنظيم كمية المعلومات ونوعيتها، ومن ثم قيامهم بتحديد آراء الجمهور عن العالم والبيئة

المحيطة بهم، فهم يسمحون لنسبة محدودة من الآلاف المواد الإعلامية، التي تصلهم بالانتقال إلى المراحل التالية، لينقلونها إلى قرائهم، وهو ما يعني أن كل قرار يتخذونه بتوصيل، أو نقل شيء ما، هو قرار بكبت أو إخفاء شيء آخر، وما يخرج أو يدفن هو نتيجة صراع العديد من الضغوط المتنافسة. ويثير هذا الارتباط الخوف من أن تؤدي عملية حراسة البوابة إلى سيطرة بعض القوي السياسية والاقتصادية على ثقافة المجتمع وعلى معدل التغير فيه، فالرقابة على عملية حراسة البوابة، تعني أيضًا رقابة على عقل المجتمع ونمط تفكيره.

وفي إطار البيئة الإعلامية الإليكترونية، تتخذ علاقة مفهوم حراسة البوابة بمفهوم الرقابة، أشكالاً جديدة، حيث أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تغيرات كثيرة في طبيعة هذه العلاقة، فهي: تقوي من فعالية الأطراف التي سلبتها حراسة البوابة التقليدية حريتها في الاختيار والتعرض للوسائل والمضامين الإعلامية، كما تضع أمامهم سيلا كبيرًا من التدفق المعلوماتي والإخباري، لم يكن متاحًا لهم في السابق، ومن مصادر متعددة، كما أصبح بمقدور كل فرد أن يمارس حقه الاتصالي والإعلامي، وأن يدشن لنفسه منبره الإعلامي، متحررًا من القيود التنظيمية والإدارية داخل المؤسسات الإعلامية، وهو ما زاد من عدد المتمتعين بالحرية الإعلامية، سواء في مجال بث المعلومات أو استقبالها، كما أصبحت منبرًا جديدا للأصوات والآراء المحرومة من حقوقها وخاصة السياسية منها (Ruggiere, 1998). كما قلصت البيئة الإعلامية الجديدة من عدد الأفراد المشاركين في عملية حراسة البوابة، وهو ما يعطي مزيدًا من الفعالية لمفهوم الرقابة الذاتية لحراس البوابة الإعلامية، كما تعطي البيئة الإعلامية الإليكترونية بعدًا جديدًا لمفهوم الجمهور النشط active audience سواء من حيث حرية التعرض الانتقائي للمعلومات أو إمكانية القيام بأدوار وظيفية في عملية حراسة البوابة أو ممارسة رقابة ذاتية على نوعية المعلومات التي يتعرض لها ، أو المشاركة بفعالية في تحديد ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه.

كما تعددت المصادر الإعلامية المتاحة أمام الجمهور، بحث لم يعد خاضعًا لسيطرة حارس بوابة فرد أو ضغوط وسيلة إعلامية معينة لتحديد ما يعرفه عن الحدث أو ما يتلقاه من معلومات وآراء، وأصبح بمقدوره التحقق والتثبت من المعلومات التي يقدمها له حراس البوابة، سواء من خلال تعدد المصادر أو إمكانية الوصول إلى المصادر ذاتها، وإن كان تعدد المصادر لا يؤدي بالضرورة إلى جودة المعلومات (Stein, 1989).

كما قللت من عدد ومراحل بوابات حراسة البوابة، بحيث لم يعد من الضروري أن تمر المعلومة بعدة بوابات قبل أن تصل إلى جمهورها المستهدف، فقد تم اختزال هذه البوابات إلى بوابة واحدة في بعض الأحيان، وإزالتها في أحيان أخرى، وكذلك قللت من تأثير عوامل كثيرة على حراسة البوابة أهمها العامل السياسي، بحيث أصبح ممكنا تقليص هيمنته على العمل الإعلامي، وتوقيف تحكم الفلترة الحكومية والمؤسساتية، وتقليص القيود التقليدية للمصادر في مجال جمع المعلومات وبثها (Ruggiere, 1998). كما قللت إلى حد كبير من تأثير بعض القيود القديمة التي كانت تستخدمها الحكومات ضد حراس البوابة الإعلاميين، مثل مصادرة الصحيفة، حيث اختفي الجسم المادي للوسيلة الإعلامية، بحيث لا تستطيع السلطات مصادرتها، كما لم يعد بمقدور السلطات منع الوسيلة من التداول أو التوزيع، أو القيام بعمليات الضبط والتعطيل، وهو ما يعطي قوة كبري لحارس البوابة في اتخاذ قراراتهم.

ولكن من ناحية أخرى، أفرزت البيئة الإعلامية الإليكترونية قوي رقابية جديدة، إذ تمارس التكنولوجيا وبرامجها ووسائلها شكلا جديدا من الرقابة الإليكترونية تقوم به البرامج الخاصة بحجب المادة الإعلامية Blocking ، والبرامج الخاصة بترتيب المادة الإعلامية rating ، والبرامج الخاصة بفلترة Filtering المواد الإعلامية، فضلاً عن برامج مثل بروكسيProxy والتي تقوم بحجب الوصول إلى مواقع معينة، ومضمون محدد، يرى حارس البوابة إنها غير مرغوبة أو مقبولة أو يرى إن محتواها يتعارض مع القيم والتقاليد المهنية المتعارف عليها في المجتمع.

كما تشهد البيئة الجديدة نوعًا جديدًا من الاحتكارات الإعلامية والتقنية، تمارسه بعض الشركات التجارية الكبرى، والتي تركب موجة الإعلام للترويج لمصالحها وآرائها واهتماماتها، وتسعى لتقزيم حجم الفرص والإمكانيات المتاحة للتنافس الحر في هذه الساحة الإليكترونية المفتوحة، وهو ما يؤثر على تواجد حراس بوابة محترفين ومهنيين إعلاميين على هذه الساحة، بفعل شراسة المنافسة وصراع المصالح وتراجع المصداقية الإعلامية لهذه الشركات التجارية في مقابل ما تتمتع به وسائل الإعلام التقليدية من مصداقية (Isaacs, 1995).

4- العوامل المؤثرة على حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية:

في الوقت التي ضخمت فيه البيئة الإعلامية الجديدة من أهمية تأثير بعض العوامل على حارس البوابة، فقد تراجع تأثير بعض العوامل الأخرى. ومن بين العوامل التي تراجع تأثيرها قيود المساحة، أو ساعات البث، حيث تبدو ساحة النشر والبث على الإنترنت، وكأنها بلا حدود، عن طريق استخدام الإحالات والروابط، والتي تسمح بنشر النصوص الكاملة للأعمال الإعلامية، كما ترشد القارئ إلى خلفية المعلومات والتفاصيل الملحقة والوثائق الأصلية وكل أشكال البيانات التي تجعل التغطية الإعلامية متكاملة (Fallows,1999)، كما تزايدت قدرة الوسائل الجديدة، على نشر الأخبار والموضوعات التي لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية نشرها (McAdams, 1995)، كما تراجع تأثير نفوذ المصادر على عملية حراسة البوابة، بفعل تعدد المصادر، وكذلك تراجع تأثير بعض القيود الروتينية والتنظيمية التقليدية، مثل موعد الطبع أو الإذاعة.

ومن ناحية أخرى، زادت البيئة الإعلامية الإليكترونية من بعض الضغوط على حراس البوابة مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث والنشر على الويب (Lynch, 1998; Harper, 1996) حيث أصبح عامل السرعة في البيئة الإليكترونية الجديدة، من أهم العوامل التي تتدخل في معايير اختيار الأخبار ونشرها، إذ أصبح

بمقدور حارس البوابة بث المادة الإعلامية على مدار الساعة، ليلا أو نهارًا، وبمجرد الحصول عليها، وإصدار أكثر من طبعة من ذات العدد ، بدون التقيد بعوامل أخرى، وهو ما يشكل بيئة إعلامية مختلفة تماما عما سبقتها، كما يمثل تحديا في ذات الوقت لأهم القيم المهنية، وهي تحري الدقة، و ضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها.

ومن الضغوط الأخرى التي يتعرض لها حارس البوابة في البيئة الإليكترونية، جدة وحداثة الأدوات الفنية والتكنولوجية التي يتم توظيفها إعلاميًا، فضلاً عن تغيرها وتطورها المستمر، وكذلك كيفية مجابهة المنافسة مع الوسائل الإعلامية وغير الإعلامية الأخرى والموجودة على الإنترنت، والتي تتراكم يوميًا في الساحة الجديدة، فضلا عن ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الربح. كما يواجه حارس البوابة ضغوط كيفية إثبات مصداقيته الإعلامية وسط زخم هائل من الوسائط الإعلامية المتدفقة على الإنترنت، وكذا تحدي كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها، وخاصة المجهلة منها، وضخامة المعلومات التي تتدفق إليه، والتي تحتاج لجهد هائل في تبويبها وفهرستها، فضلاً عن تقييمها، وكذا الخلط بين المستقبلين والمرسلين كحراس بوابة (Borden & Harvey, 1998) (Singer,1998) (Garrison, 2000)، وعدم وجود فاصل دقيق بين الوظائف التحريرية والتسويقية والإعلانية.(Singer, 1997) .

وفي مقابل تراجع بعض العوامل، يبدو أن ثمة عودة لمفهوم وايت عن تدخل الاعتبارات الذاتية لحارس البوابة فيما يختاره، وفيما يهمله، إذ تبدو البيئة الإليكترونية أكثر اتساقا مع هذا الفهم، حيث يلعب حارس البوابة الفرد أدوارًا مهمة في هذه العملية في البيئة الجديدة، سواء من حيث كم القرارات التي يتخذها، أو من حيث إمكانية اضطلاعه بعدة مهام، أو الإنابة عن العديد من البوابات، أو إمكانية تدشين موقعه الإعلامي بمفرده، وغيرها من الأمور التي تشير إلى إن البيئة الإعلامية الإليكترونية تتأثر بشكل كبير بالاختيارات الشخصية لحراس البوابة الجدد.

5- حراسة البوابة كمدخل نظري في الدراسات الإعلامية:

منذ ظهرت الإنترنت والباحثون يتساءلون حول أي النماذج والمداخل والنظريات الإعلامية، يمكنها أن تفسر الظواهر الإعلامية التي أفرزتها. ويبدو مفهوم حراسة البوابة كأحد المداخل التي بدءوا يستخدمونها في هذا الصدد، والتي من بينها نشر المبتكرات Diffusion of Innovations، والترابط الاجتماعي Social Cohesion، وسيسولوجية العمل الإخباري Sociology of News Work، وهو ما تطرقت إليه باستفاضة جين سينجر (Singer,1998) في دراستها حول أدوار الصحفي الإليكتروني في البيئة الجديدة، وكذلك كيت وآخرون (Kate, et al., 1999) وخلصوا إلى استمرار صلاحية الاستفادة من مفهوم حراسة البوابة في البيئة الإليكترونية، لتفسير بعض هذه الظواهر.

6- المهارات الخاصة بالإعلاميين في البيئة الإعلامية الإليكترونية:

من بين الأسئلة الأساسية المطروحة حول حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، هي طبيعة السمات التي يجب أن يتصف بها، ونوعية المهارات التي يجب أن يتحلى بها، وهل هي ذات السمات والمهارات التي يتسم بها حراس البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية، أم أن ثمة حاجة لمهارات مختلفة. وتكشف بعض المؤشرات التي يمكن رصدها من الدراسات الإعلامية الحديثة إلى إنه فضلاً عن ضرورة تمتع حراس البوابة بالسمات والمهارات المطلوبة من الإعلاميين في البيئة التقليدية من قدرة على جمع المادة الإعلامية، وتحريرها وصياغتها، والقدرة على تقييم صلاحيتها الإعلامية، وفهم طبيعة السياق الإعلامي الذي يحيط بالوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، ، فإن ثمة حاجة ماسة لأن يكتسب حراس البوابة في البيئة الإليكترونية، مهارات تقنية، (Lasica, 1997)، وخبرة بالوسائط المتعددة أو ما يعرف بالملتيمديا (Harper, 1996) سواء في جمع المادة الإعلامية، وتغطية الأحداث، أو معالجتها واسترجاعها أو تصميمها أو بثها، مع القدرة على توظيف إعلاميًا، فضلا عن الخبرة التنظيمية (Meyer, 1997)، والعمل

كموردين للمضمون أكثر منهم كتابا أو محررين (Shepard, 1997) ومهارة جمع المادة الإعلامية وتقييمها، واختيار الموضوعات والمقالات والخلفيات المعلوماتية المناسبة للقصة، ومهارات العمل كباحثين ومحررين ومندوبين (Kate,et al.,1999).

ومن الدراسات التي حاولت استكشاف سمات حراس البوابة العاملين في البيئة الإليكترونية أعمال جين سينجر عن إدارة الحجرات الإخبارية الإليكترونية 1999 ، كما أجريت عدة محاولات في ألمانيا وفنلندا لتصنيف الصحفيين العاملين على الويب، والتعرف على أسباب تفضيلهم للعمل في البيئة الإعلامية الإليكترونية، وخلصت هذه الدراسات إلى أن الصحفي الإليكتروني يختلف عن غيره في بعض السمات ومنها المعرفة الإليكترونية والتوجه نحو الجمهور (luege,1999, Heinonch,1999). وفي دراسة عن الصحفيين الإليكترونيين في هولندا رأي الصحفيون أن المهارات التقنية ضرورية للمهنة الجديدة التي تطورت وانفصلت عن الوسائل الإعلامية التقليدية (Deuze, 1999, 2001)، وإن خلصت دراسة لسينجر أجرتها عام 1996 – في بدايات انتشار الإنترنت– إلى أن حراس البوابة الجدد لديهم خبرة قليلة بطرق توصيل المعلومات على الويب. وفي دراسة بريل (Brill,1998) صنف الصحفيين الإليكترونيين المهارات التقليدية في تقييم الأخبار الصالحة للنشر، والتفكير التحليلي والمعرفة باللغة والمهارات التحريرية على أنها أهم من المهارات التي تتطلبها الوسائل الجديدة مثل مهارات التصميم والمعرفة بالإنترنت.

ومن ناحية أخرى، أشارت بعض الدراسات إلى أن الإنترنت مكنت بعض حراس البوابة الجدد، والذين يفتقرون للخلفية والخبرة الإعلامية، من أن يوصلوا رسائلهم لجمهور كبير، كما خلصت إلى نجاح بعض البوابات Portals على الإنترنت في القيام بأعمال إعلامية لها جمهورها، مثل ياهو، وأمريكا أون لاين، وميكروسوفت وغيرهم (Stein, 1999)، وهو ما يعني دخول حراس بوابة غير تقليدين في البيئة الإعلامية الإليكترونية.

7- أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة وتأثيرها على حارس البوابة:

تثير البيئة الإعلامية الإليكترونية، الكثير من التساؤلات حول تأثيرها على الأخلاقيات الإعلامية لحارس البوابة، (Mann, 1997; Cooper, 1998)، حيث أفرزت هذه البيئة ظواهر جديدة، لابد وأن تترك تأثيراتها على طبيعة هذه الأخلاقيات، وخاصة في ظل غياب القوانين والتشريعات التي تنظم العمل الإعلامي على الويب، وصعوبة تطبيق قوانين بعينها على وسيلة تتجاوز الحدود الجغرافية والسياسية لبلد إصدارها، في وقت تتهم فيه وسائل الإعلام الإليكترونية الجديدة بعدم احترامها لمعايير وأخلاقيات المهنة (Deuze, 1999) ومن ثم تحتل أخلاقيات العمل الإعلامي على الويب أهمية تفوق بكثير أهميتها في البيئة الإعلامية التقليدية. ومن القضايا الأخلاقية المطروحة في البيئة الإليكترونية الجديدة، محتويات الروابط، ومصداقية ودقة محتوي هذه الوسائل، واختراق الخصوصية، والخلط بين التحرير والإعلان (Lynch,1998).

ومن بين التأثيرات التي تتركها البيئة الإليكترونية على حراس البوابة، هي سهولة التعامل مع المادة الإعلامية بفعل استخدامها للرقمنة في معالجاتها، وهو ما قد يؤدي إلى إمكانية الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية الخاصة بحراس بوابة آخرين بسهولة، ونسبة مواد إعلامية لا تحق لهم لأنفسهم. كما يمكن أن تؤدي سرعة بث المواد الإعلامية على الويب، إلى تراجع الاهتمام بقيم تحري الدقة في المادة الإعلامية وضرورة التثبت من صحتها، (Lasica, 2001)، كما يمكن أن يؤثر العامل التجاري والرغبة في تحقيق الربح وجلب المعلنين إلى التأثير على القيم الإعلامية والصحفية التقليدية، وخلط المادة الإعلامية بالإعلانية (Stein,1998)والاعتماد على المصادر الثانوية في الحصول على المعلومات وعدم القدرة التمييز بين المصادر ذات المصداقية والأخرى التي تفتقد إليها، نظرًا لكثرة المعلومات وتزاحمها وعدم فلترة معظمها، وإمكانية اختلاط الحقائق بالشائعات (Kate, et al., 1999) ..كذلك من بين التحديات التي تواجه حراس البوابة في البيئة الإليكترونية، هي عدم القدرة على التمييز بين الكفاءة المهنية والإعلامية

لحراس البوابة ذاتهم، حيث تراجعت خصوصية المهنة على الويب، وأصبح بمقدور كل فرد أن يدعي قدرته على القيام بالعمل الإعلامي، وهو ما يمكن أن يؤثر على مصداقية الكيان الإعلامي ذاته وعلى العاملين فيه (Deuze 1999, 2001).

وقد حظيت قضية مصداقية المواد الإعلامية باهتمام بعض الدراسات الإعلامية الحديثة، وخلصت إلى أن الإنترنت تتمتع بمصداقية مثلها مثل مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وإلى تزايد اعتماد الجمهور على الإنترنت بالرغم مما يقال عن عدم دقتها وتحيزها، فمعلوماتها ذات مصداقية مثل معلومات التليفزيون والراديو والمجلات ولكنها ليست مثل مصداقية الصحف، وأنهم يفضلونها على الوسائل التقليدية كمصدر للمعلومات (Flanging and Metzger, 2000).

8- أدوار حراس البوابة في إطار البيئة الإعلامية الإليكترونية واتجاهاتهم المهنية:

من القضايا الأساسية في الدراسات الإعلامية المتعلقة بحراسة البوابة، هي دراسة رؤية حراس البوابة لأدوارهم وقيمهم المهنية، ولوظائفهم الإعلامية، واتجاهاتهم. وبينما يتوافر تراث علمي كبير في الدراسات الإعلامية التي تناولت وسائل الإعلام التقليدية، فيما يتعلق بتصنيف حراس البوابة لتوجهاتهم وقيمهم المهنية، (Weaver and Wilhoit, 1986, 1996) (Johnstone (1976)) فإن ثمة ندرة في الدراسات التي تناولت تصنيف حراس البوابة لهذه التوجهات في البيئة الإعلامية الإليكترونية. فمثلاً قام جونستون وزملاؤه 1972 بوصف الصحفيين من حيث النوع والسن والجنس والحالة الاجتماعية والاقتصادية وغيرها ، ورأوا أن الصحفيين يميلون لتبني موقف المحايد، واعتبار أنفسهم مجرد قناة لنقل المعلومات ، وأن وظيفتهم هي الحصول على المعلومات ونشرها بسرعة، والوصول إلى أكبر جمهور محتمل، والترفيه عنه ، بينما تبني البعض الأخر موقف المشارك، ورأوا أن ذلك يتم من خلال البحث عن المعلومات والأخبار، وأن دورهم يتركز في تقييم البيانات والإدعاءات الحكومية وتحليليها ومناقشة

السياسات القومية والارتقاء بالأوضاع الثقافية والفكرية، وبعد عقد من الزمن قدم كل من Weaver and Wilhoit (1986) تفسيرًا أخر لرؤية جونستون وزملاؤه، وصنفوا الصحفيين إلى ثلاثة اتجاهات هي: المفسر والناشر والخصم ، ووجدوا أن 60٪ منهم يميلون لوظيفة المفسر و 50٪ يتبنون دور الناشر و 17٪ فقط قالوا بوظيفة الخصم. وخلصا إلى أن بيئة الصحفي تعد مؤشرًا على رؤيته لدوره، وأن هذه الرؤية تختلف باختلاف طبيعة الوسيلة وحجمها.

وفيما يتعلق برؤية الدراسات الإعلامية الحديثة لهذه الأدوار، يمكن رصد الاستنتاجات التالية:

تعددت رؤية الدراسات لكيفية رصد أدوار حراس البوابة الإليكترونيين، فالبعض قارن رؤيتهم لهذه الأدوار في إطار التراث الأكاديمي السابق في مجال الأدوار المهنية للصحفيين، والبعض الأخر اهتم بالأطر النظرية لدراسة هذه الأدوار، والبعض الثالث اهتم بدراسة بعض القضايا التي يهتم بها حراس البوابة الجدد والمتعلقة بأدوارهم ورؤيتهم لسماتهم وخصائصهم الشخصية.

ومن الدراسات التي اهتمت بالتعرف على أدوار حراس البوابة الإليكترونيين دراسة سينجر، والتي خلصت إلى وجود بعض الأدلة على أن الصحفيين يرون أن وظيفتهم تتطور وتتكيف مع البيئة الجديدة أكثر مما تختفي (Singer, 1997) (Zhou, 2001) وإلى أن ثمة علاقة بين رؤيتهم لأدوارهم، وبين طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها، Beam (1990) ، وإلي وجود تحول في رؤيتهم لأدوارهم ، وإلي أن لديهم رؤية مختلفة عن الجمهور، وعن دورهم، وعن نوعية القيم التي يضيفونها للمجتمع، وإلى أنهم بدءوا يعدلون مفهومهم المتعلق بحراسة البوابة ليشتمل أفكارًا أو مفاهيم جديدة مثل مراقبة الجودة Quality Control (بما يعني التأكد من جود المعلومات المتوافرة في هذه البيئة) وصناعة المعنى sense-making، أو إعمال المنطق والعقل والحواس (بما يعني تقييم الجدارة الإعلامية للكم الهائل من المعلومات)، وأن وظائفهم لا تقتصر على مجرد

جمع المعلومات وعرضها في إطار قصة إعلامية، ولكن أيضا جعلها ذات معني لقرائهم، وهو ما يؤكد على دور الصحفي كمفسر، وتأتي أهمية دور صناعة المعني "sense-making" للقصص الإعلامية التي يقدمها حراس البوابة في البيئة الجديدة، متسقة مع التحول الحادث في وظائفهم من مجرد ناقلين المعلومات transportation of information إلى معالجتها processing وهو تغير أساسي في عالم الإعلام. كما يرون أن دورهم هو العمل كمفسرين للمعلومات، وأن هذا الدور يحظى بمصداقية في البيئة الإعلامية الجديدة. (Singer, 1998; Weaver & Wilhoit, 1996) وهو ما يتفق مع دراسة (1996) Weaver & Wilhoit والتي خلصت إلى أن الصحفيين لا يزالون يرون أن دورهم الأساسي هو العمل كمفسرين أكثر من كونهم مجرد جامعين للمعلومات وناشرين لها (Zhou, 2001).

وفي دراسة أخرى لسينجر (Singer, 1997a, b) أشار حراس البوابة الجدد إلى أن ثمة قرارات أخرى أصبحت تشغلهم تتعلق بأفضل الأشكال المناسبة لتوصيل الموضوع أو القصة الإعلامية، وكيفية توظيف الوسائط المتعددة معها؟ وهل من المناسب ترك مساحة معينة لمشاركة القارئ في القصة والرد عليها، وأفضل الروابط التي يمكن إلحاقها بها؟ وهو ما يطرح عدة أسئلة حول رؤية حراس البوابة في البيئة الإليكترونية لدور المفسر، وكيفية القيام به، وتصورهم لأدوار حراس البوابة، ومدي الحاجة إليهم، في الوقت الذي يتزايد فيه كم المعلومات المتوافرة أمام جمهورهم (Zhou, 2001).

وأرجعت هذه الدراسات أسباب ميل الصحفيين للتخلي عن أدوارهم التقليدية إلى القيود الاقتصادية وقلة عدد العاملين، ولإعادتهم النظر في مهامهم الأساسية، ولكون الويب تعد وسيلة فائقة الحداثة، ولقدرة كل مستخدم لها على أن يحدد بنفسه ما يريد أن يعرفه (Harper, 1997) بينما خلصت دراسة أخرى أجريت على 66 صحفيا يعملون في 12 موقعا تابعًا لبعض الصحف اليومية، إلى ميل الصحفيين لتبني وظيفة الناشر كما يفعل الصحفيون في الصحف المطبوعة، ولكنهم – و على عكس الصحفيين في الصحف المطبوعة– لم يعتبروا وظيفة المفسر من بين أدوارهم ، كما لم يعتبر أي منهم

دور الخصم أو المعادي دورًا مهمًا، كما تراجع لديهم الاهتمام بالقيام بدور تعبوي جماهيري إزاء قضايا معينة، حيث اعتبروا أن وظيفتهم هي إتاحة الفرصة أمام الجمهور للتعبير عن الرأي ووضع الأجندة، والترفيه (Deuze1999, 2001).

واهتمت بعض الدراسات بالرؤية النظرية لأدوار حراس البوابة الإليكترونية، و رأت أن النظريات التقليدية المتعلقة بإدارة العمل الإخباري، والتي تركز على الدافعية والقيادة والرضا الوظيفي.(Giles, 1987; McClelland, 1984) لا تزال مقبولة في البيئة الإليكترونية، ولكن ثمة حاجة لرؤية طبيعة التغير وكيفية التعامل معها في هذه البيئة، وأشارت إلى إنه يمكن رصد هذا التغير بدراسة كيفية تبني التكنولوجيا الحديثة في عدة أماكن وليس فقط داخل أقسام الأخبار، ودراسة كيفية تأثير العامل التكنولوجي على إدارة العمل سواء في التخطيط أو الاستثمار أو الممارسة، والتنظيم والرقابة، ورأت إنه يجب النظر إلى وسائل الإعلام الإليكترونية على أنها تضفي حيوية على وسائل الإعلام التقليدية، وعلي أنها معنية بالتفاعل مع أكبر شريحة من الجمهور، أكثر من تركيزها على القيام بوظائف إعلامية تقليدية مثل وظيفة تحديد الأجندة أو وظيفة الصحافة المدافعة .(Deuze, 2001)

ومن الدراسات المتعلقة بمعرفة سمات وخصائص حراس البوابة الإليكترونيين، دراسة سينجر 1998 والتي سعت لتحديد القضايا الأساسية التي تشغل 466 صحفيًا، وخاصة ما يتعلق برواتبهم وخبرتهم وأوضاعهم الوظيفية ، وخلصت إلى أن عدد العاملين في البيئة الجديدة مازال قليلا، والي أن رواتبهم تتساوى إلى حد ما مع الصحفيين العاملين في الصحافة المطبوعة، وأعربوا عن قلقهم من تصورهم بأنهم صحفيون من الدرجة الثانية مقارنة بنظرائهم في الصحف المطبوعة ، كما أعربوا عن قلقهم من الضغوط التي تمارسهم عليهم لتحويل أعمالهم إلى عمل يهدف للربح فقط.

كما كشفت بعض الدراسات الإعلامية عن أن اهتمامات حارس البوابة في البيئة الإليكترونية، تركز أكثر على الطابع المحلي، حيث قارنت سينجر Singer, 2001 بين

اهتمامات ست صحف أمريكية مطبوعة وإليكترونية من حيث كم المواد المحلية وغير المحلية والرياضة والاقتصاد، ووجدت مؤشرات على أن الصحف الإليكترونية تؤكد أكثر على الطابع المحلي عن الصحف المطبوعة. كما خلصت دراسة هولندية (1999) إلى أن 21٪ من الصحفيين العاملين في البيئة الإليكترونية يقدمون إنتاجًا صحفيًا متنوعًا، يشمل كل من المواد الجادة والخفيفة والأخبار التقليدية والمقابلات والموضوعات ذات الاهتمام العام والخاص (Deuze, 2001).

الخلاصة:

يكشف الاستعراض السابق لكل من الدراسات الإعلامية الأكاديمية في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية، عن صحة فرضية الدراسة التي تقول بأنه بالرغم من التغيرات التي حدثت لمفهوم حارس البوابة في الآونة الأخيرة، إلا إنه مازال مفهومًا صالحًا للتطبيق على وسائل الإعلام الإليكترونية (الإنترنت)، حيث تشير النتائج التي يمكن استخلاصها من الدراسات الإعلامية الحديثة إلى:

- بالرغم من السمات الخاصة للبيئة الإعلامية الإليكترونية، فإن حراس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بنفس المهام التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية، سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها، فجوهر وظيفة ومهام حراسة البوابة مازال حيًا في البيئة الإليكترونية ، وإن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها، وزادت أهمية بعضها عن غيرها، وأضيفت مراحل ومهام جديدة ، فمهمة الغربلة أو الفلترة أو التقييم لم تختفي تمامًا، ويقوم بها حراس أفراد، والبعض الأخر يقوم به وسائل وبرامج وتقنيات تكنولوجية متخصصة، مع استمرار حاجة الجمهور لحراس بوابة يقومون بتقييم جودة ومصداقية هذه المعلومات التي يتعرضون لها..
- في الوقت الذي قلصت فيه البيئة الإعلامية الجديدة ، من عدد البوابات التي تمر بها

المادة الإعلامية، مع إمكانية اختزالها في بوابة واحدة أو أكثر، تتجمع فيها مفردات عملية حراسة البوابة، وكذلك تقليص عدد حراس البوابة ، بحيث أصبح بإمكان الفرد الواحد أن يقوم بعدة مهام منها جمع المادة الإعلامية، واتخاذ قرار بنشرها، وتصميمها وبثها، فقد خلقت هذه البيئة بوابات أخرى جديدة، ذات طابع إليكتروني، تقوم بذات المهام التي كانت تقوم بها حراسات البوابة التقليدية، كما أوجدت أنواعًا جديدة من حراس البوابة.

- تغيرت مراحل العمل التقليدية في مجال حراسة البوابة، مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات، وهو ما أدي إلى زيادة المهام الملقاة على عاتق حارس البوابة في بعض المراحل عن غيرها، وبينما قل الجهد الذي يبذلونه في الحصول على المادة الإعلامية، فقد زادت مهامهم في مجال معالجة المعلومات والأخبار وصياغتها وتحريرها عن ذي قبل، في وقت تراجع فيه دور جامعي الأخبار في مقابل تصاعد دور معالجي الأخبار والبيانات والمعلومات.كما زاد عدد القرارات التحريرية والتكنولوجية التي ينبغي على حراس البوابة اتخاذها، مثل تحديد طبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة لها، والرسوم التوضيحية والجرافيكية...الخ.

- تؤثر البيئة الإعلامية الجديدة على طبيعة العمل الإعلامي وعلي الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث أصبح أقل رسمية وروتينية، مع تراجع في تأثير العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها الإعلامية، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية. كما تغير من الصورة القديمة للعلاقة بين حراس البوابة والمصادر وكذلك مع الجمهور، كما تراجع التوجه الأحادي القديم الذي يتخذ طابع تدفق الآراء والمعلومات بشكل رأسي من حراس البوابة إلى الجمهور، حيث أصبح يتخذ شكلا تفاعليا وتبادليًا، كما لم يعد الجمهور متلقيا سلبيا، في هذا العلاقة، في وقت يتمتع فيه حراس البوابة بميزة مهمة، وهي قدرتهم

على التعرف على جمهورهم، وهو ما يساعدهم في اتخاذ قرارات تتلاءم مع طبيعة جمهورهم، ويزيد من درجة التفاعلية بينهم .

- بينما قللت البيئة الإليكترونية الجديدة من عدد ومراحل بوابات حراسة البوابة، وإزالتها في أحيان أخرى، ومن تأثير العامل السياسي، والقيود التقليدية في مجال جمع المعلومات وبثها، فقد أفرزت قوي رقابية إليكترونية جديدة، تتمثل في التكنولوجيا وبرامجها ووسائلها والتي تقوم بحجب الوصول لبعض المواد والمواقع الإعلامية، ولكن في ذات الوقت، تعددت المصادر الإعلامية المتاحة أمام الجمهور، بحيث لم يعد قابعا تحت سيطرة حارس بوابة فرد أو ضغوط وسيلة إعلامية معينة لتحديد ما يعرفه عن الحدث أو ما يتلقاه من معلومات وآراء، كما أصبح بمقدوره التحقق والتثبت من المعلومات التي يقدمها له حراس البوابة، سواء من خلال تعدد المصادر أو إمكانية الوصول إلى المصادر ذاتها بأنفسهم.
- توفرت بعض الأدلة على أن حراس البوابة يرون أن وظيفتهم تتطور وتتكيف مع البيئة الجديدة أكثر مما تختفي، و إلى أن ثمة علاقة بين رؤيتهم لأدوارهم، وبين طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها، والي وجود تحول في رؤيتهم لأدوارهم، وإلي أن لديهم رؤية مختلفة عن الجمهور، وعن دورهم، وعن نوعية القيم التي يضيفونها للمجتمع، وإلى أنهم بدءوا يعدلون مفهومهم المتعلق بحراسة البوابة ليشتمل أفكارًا أو مفاهيم جديدة، ويتبنى عدد منهم دور المفسر للمعلومات، في وقت يختلفون فيه في بعض السمات عن غيرهم ومنها المعرفة الإليكترونية والتوجه نحو الجمهور، وتمتعهم بمهارات العمل كباحثين ومحررين ومندوبين ومصممين معًا.

نحو رؤية جديدة لمفهوم حراسة البوابة

تشير كل الدلائل إلى أن ثمة تحولات طرأت على مفهوم حراسة البوابة في الآونة الأخيرة، بيد أن هذه التحولات لم يواكبها بعد تأطير نظري لأبعادها، وهو ما يعني

ضرورة فتح باب الاجتهاد من جديد أمام وضع تصور جديد لهذا المفهوم وغيره من المفاهيم الإعلامية في أثوابها الجديدة. ومن بين الأفكار التي يمكن طرحها في هذا الصدد ما يلي:

إن مفهوم حراسة البوابة لا يزال صالحا للتطبيق، بل وأخذ قوة دفع جديدة، قد تعيده إلى سيرته الأولى، القائمة على تصور وجود حارس بوابة فرد، يقوم باختيار مجموعة قصص إخبارية معينة من وسائل سلكية أو لاسلكية (إليكترونية)، وخاصة في ظل تعاظم الاعتماد على المعالجة الرقمية للمواد الإعلامية، وزيادة تأثير الاعتبارات الفردية والشخصية من جهة والاعتبارات التقنية والتكنولوجية من جهة أخرى، على قرارات حارس البوابة، وهو ما يدعو إلى ضرورة أخذ هذه الاعتبارات في الحسبان عند تصميم أية مصفوفة، تهتم بتحديد منظومة العوامل التي تؤثر على خيارات حارس البوابة (الفردي، الروتيني، التنظيمي، المؤسسي، التكنولوجي، الأيديولوجي).

لم يعد مفهوم حراسة البوابة قاصرًا على عملية غربلة مجموعة محددة من القصص الإخبارية، بقدر ما يزداد التركيز على عمليات الانتقاء من جهة وعمليات التقييم من جهة ثانية، وعمليات المعالجة من جهة ثالثة، فلم تعد تقف عمليات حراسة البوابة عند عملية اختيار مجموعة أخبار معينة فقط، بل تعدتها إلى التركيز أكثر على عمليات انتقاء وجمع واختيار وتحرير وصياغة وإعداد وتنفيذ وبث المادة الإعلامية، كما لم يعد التركيز منصبًا على عمليات الاستبعاد والحذف، بقدر التركيز على عمليات انتقاء المادة الإعلامية وكيفية توظيفها، وكذلك لم يعد التركيز منصباً فقط على كيفية دفن المواد الإعلامية التي تهدد النظام الاجتماعي، بقدر التركيز على كيفية إبراز المواد التي تدافع عن النظام الاجتماعي في مقابل غيره من الأنظمة، والتي تعمل في ساحة إعلامية مفتوحة، وبلا حواجز.

كما لم يعد الأمر يقتصر على الاهتمام بدراسة معايير حارس البوابة في الانتقاء والنشر، وإنما الاهتمام أيضًا بمعايير جمع المادة الإعلامية، ومعايير تقييم المادة، ومعايير

اختيار المصادر، ومعايير إعداد المادة وعرضها، ومعايير توظيف الأدوات التكنولوجية إعلامياً، كما لم تعد عملية حراسة البوابة قاصرة فقط على عملية إعادة بناء الإطار العام للحدث من حيث المضمون ، ولكن أيضًا التركيز على كيفية إعادة بناء الحدث من حيث الشكل، كما لم يعد الاهتمام منصبًا على الاختيار الوقتي لموضوعات معينة دون غيرها، بقدر زيادة الاهتمام بكيفية الاستفادة الآجلة من قرارات حارس البوابة وكيفية استرجاعها وتوظيفها في مجالات أخرى، في أوقات أخرى.

أصبحت عملية حراسة البوابة تتم في بيئة عمل متقلبة ومتغيرة، ولا تخضع لقواعد صارمة، فهي إفراز بيئة تفاعلية مرنة، لا تتأثر بشكل كبير بعوامل الزمان أو المكان أو القيود التقليدية لحراسة البوابة، ومن ثم يصبح البحث عن منظومة القيم والمعايير التي تحكم عملية حراسة البوابة أمرًا يحتمل عدة توجهات، فالبيئة الجديدة التي يعمل فيها حارس البوابة تتسم بالتنوع والمرونة، والتفاعلية واللامركزية ، وبإمكانية أن يعمل حارس البوابة بمفرده أو في إطار مجموعة، وبإمكانية زيادة أو تقليص عدد المهام التي يقوم بها، وبإمكانية زيادة أو تقليص عدد البوابات التي تمر بها المادة الإعلامية، وبإمكانية دمج عدة مراحل من عملية حراسة البوابة معًا، وهو ما ينعكس على خيارات حارس البوابة، والمهام التي يقوم بها، والقرارات التي يتخذها والأسئلة التي يطرحها على نفسه، وكذلك تنعكس عل تحديد نقطة البداية في عملية حراسة البوابة، وعلي طبيعة تدفق وتتابع المراحل فيها ، بحيث أصبحت أكثر دائرية وتبادلية، كما اتسعت الساحة الإعلامية التي يتواجد ويتنافس فيها حراس البوابة، بحيث لم تعد قاصرة على البيئة المحلية، ولكن تعدتها إلى بيئة أكثر اتساعا، وهو ما يؤثر بالضرورة على خيارات حارس البوابة، وعلي توجهاتها، فهي تفرز منتج يسعى إلى استمرار القوي المهيمنة على العمل الإعلامي في البيئة الجديدة، ويخدم مصالح قوي مهيمنة سواء على مستوى دولي أو محلي.

إن التركيز في عمليات حراسة البوابة ، لم يعد قاصرًا فقط على تقليل كم المعلومات التي يتم اختيارها، ولكن كيفية تقييم هذا الكم والاختيار من بينه، ولم يعد التركيز

قاصرا على إعطاء الجمهور خلاصة المعلومات، بقدر التركيز على كيفية توظيفها في فتح آفاق جديدة أمام الجمهور، كما أصبحت حراسة البوابة بالفعل بمثابة أجهزة تقوية للمعلومات، تثريها، وتعطيها خصوبة وثراء أكثر. ومن حيث طبيعة أو نوع أو كيفية المعلومات التي تنتج عن عمليات حراسة البوابة، لم يعد التركيز منصبًا على مدى التشابه بين المعلومات التي تدخل أو تخرج من عملية حراسة البوابة فقط ، ولكن التركيز أكثر على الشكل الذي تظهر به المعلومات في سياقها الجديد، و على كيفية على توليفها وتوفيقها بما يتلاءم مع اهتمامات كل الأطراف المشاركة في عملية حراسة البوابة.

أصبحت دراسة حراسة البوابة أكثر صعوبة عن ذي قبل، فقد تعددت القوي التي تمارس حراسة البوابة، وظهرت أنواع جديدة، بعضها مهني والأخر غير مهني، وبعضها تحكمه قواعد يمكن رصدها وقياسها، والبعض الأخر يتم بلا قواعد محددة، ، أو في ظل قواعد جديدة ومتغيرة باستمرار، كما أن بعض حراس البوابة الجدد لا يمكن معرفة هويتهم الحقيقية، كما لم تعد حراسة البوابة قاصرة على العنصر البشري فقط، حيث تدخل العامل التكنولوجي أيضًا كحارس بوابة جديد، ومن ثم لم تعد حراسة البوابة تعني فقط سيطرة فرد أو مجموعة أفراد على موقع استراتيجي يتحكمون من خلاله في مراحل حراسة البوابة. وفي الوقت الذي تتباين فيه المعايير والاختيارات الفردية من حارس بوابة لآخر، فإن المعايير الآلية أو الأتوماتيكية أو التكنولوجية قد لا تتسم بذلك، وإن كان العنصر البشري هو الذي يبرمج هذه المعايير مسبقًا، بيد إنه يمكن توقع حدوث أخطاء أكثر فداحة في عمليات حراسة البوابة التي تتم بشكل إلى، ودون تفكير في معاني ودلالات اختيار مادة إعلامية معنية عن غيرها من جهة، كما يمكن توقع زيادة حالات التحريف والتشويه والتعديل والانتحال فيما تفرزه مخرجات هذه العملية بفعل المعالجة الرقمية لها من جهة أخرى.

إن الأمر يحتاج إلى التفكير في المسمي الأكثر ملائمة لحارس البوابة، وهل يظل كما هو gatekeeper، أم أن مصطلحات من قبيل facilitator و Router و information guide

أو غيرهم قد تكون أكثر ملائمة، وكذلك التفكير في مصطلح حراسة البوابة ذاته Gatekeeping في ظل بروز مصطلحات أخرى مثل Blocking و rating و filtering والتي تقوم بها برامج تكنولوجية متخصصة. كما ينبغي التفكير في طبيعة الأدوار الجديدة المتوقعة من حارس البوابة في البيئة الإليكترونية الجديدة، والتي قد تتجاوز الأدوار التقليدية: (المحايد، المشارك) (الناشر، المفسر، الخصم) إلى الباحث والمقيم والمرشد والوسيط والمعالج ...الخ.

المراجع

Anderw J.Flangin and Miriam J. Metzger.(2000) Perceptions of Internet; Information Credibility, Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol.77, No.3, pp515-540.

Bailey, George, & Lichty, Lawrence. (1972) Rough justice on a Saigon Street: a gatekeeper study of NBC's Tet execution film. Journalism Quarterly. XLIX. 221-222.

Beam, R.A. (1990) Journalistic professionalism as an organizational-level concept, journalism Monographs (No.121).

Belsie, L (1996, April 22). On-Line journalists complain that they get no respect. The Christian Science Monitor,p.13

Bissell, Kimberly.(2000) Culture and Gender as Factors in Photojournalism Gatekeeping: News Photographer, Vol. 55 Issue 4, Visual Communication Quarterly p9, 4p

Borden, D.L& Harvey, K. (1997) The electronic grapevine. New Jersey: Lawrence Erlbaum Asso.

Breed, Warren. (1960). Social control in the newsroom. In W. Schramm (ed.), Mass communications. Urbana: University of Illinois Press.

Brill, A. (1998). Way new journalism: How the online pioneers are doing. Electronic Journal of Communication, Winter. [On-Line] Available: http://www.cios.com

Brown, Richard M.(1980). The gatekeeper reassessed, a return to Lewin. Journalism Quarterly, 595-601.

Chang, T. K. & Lee, J. W. (1992). Factors affecting gatekeepers' selection of foreign news; A national survey of newspaper editors. Journalism Quarterly, 69, 554-561.

Cooper, T.W. (1998) New technology effects inventory. Journal of Mass Media Ethics 13:2,pp.71-92.

Dahlgren, P. (1996). Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics.Javnost/The Public 3:3, pp.59-72.

Deuze, M. (1998). The Web Communicators: issues in research into online journalism and journalists [online]. In: First Monday 12 (3). Available: http://www.firstmonday.dk/issues/issue3_12/deuze/index.html [1999, Feb.12].

Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: an analysis of skills and standards in an online environment. Gazette 61 (5): 373-390.

Deuze, M. (2001). Understanding the Impact of the Internet: On New Media Professionalism, Mindsets and Buzzwords [online]. In: EJournalist 1 (1). Available: http://www.ejournalism.au.com/ejournalist/deuze.pdf.

Dimmick, John.(1974) The gatekeeper: an uncertainty theory. Journalism Monographs, November.

Donahue, G., Tichenor, P. & Olien, C. (1989). Structure and constraints on community newspaper gatekeepers, Journalism Quarterly, 66, 807-812, 845.

Donohew, Lewis. Newspaper gatekeepers and forces in the news channel. Public Opinion Quarterly, 1967, 31, 61-68.

Ekaterina Ogianova, (1998) The value of the Journalistic identity on the world wide web, presented at the meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Aug. Conference, Baltimore, MD

Epstein, E. J. (1973). News from Nowhere: Television and the News. New York, NY: Random House.

Fallows, J. (1999). But is it Journalism? [online]. American Prospect 11 (1). Available: http://americanprospect.com/archives/V11-1/fallows.html [1999, Nov. 23].

Gans, H. J. (1979). Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York, NY: Pantheon Books.

Garrison, B. (2000). Diffusion of a new technology: on-line research in newspaper. Convergence 6 (1): 84-105.

Gieber, W. (1964). News is what newspapermen make it. In L.A. Dexter & D. M. White (Eds.), People,Society and Mass Communication (pp. 173-182). New York, NY: Free Press.

Gieber, Walter. Across the desk: a study of 16 telegraph editors. Journalism Quarterly. 1954, 61-68.

Giles, R.H. (1987) Newsroom Management: Indianpoles, IN: R.J.Berg & Co.

Harmon, M. D. (1989). Mr. Gates goes electronic: The what and why questions in local TV news. Journalism Quarterly, 66, 857-863.

Harper, C. (1997, April). The Daily Me. American Journalism Review, 40-44.

Harper, Christopher, Journalism in a digital age,

http://media-intransition.mit.edu/articles/harper.html

Hirsch, P.M., Miller, P.V. & Kline, F.G.(1977) Strategies for mass communication research. Beverly Hills, CA: Sage, 13-42.

Hun Shik Kim, (2001).Gatekeeping International News: An Attitudinal Profile of US Television Journalists, Submitted to the Radio-Television Journalism Division, AEJMC Annual Convention, Washington, DC, August 5-8.

Isaacs, S. D. (1995, July). The Bill Gates factor: Technology and journalism. Columbia Journalism Review, p. 53.

Janowitz, M. (1975). Professional Models In Journalism: The Gatekeeper And The Advocate. Journalism Quarterly, 52(4), 618 – 626.

Jennifer M. Proffitt ,(2001).Gatekeeping and the Editorial Cartoon: A Case Study of the 2000 Presidential Campaign Cartoons, Submission to AEJMC Annual Convention, Washington, DC, Newspaper Division.

Johnstone, J.W.C., Slawski, E.J. & Bowman, W.W. (1976) The news people: A sociological portrait of American journalists and their work. Urbana: University of Illinois Press.

Kate, Khitchin. et al., Online Newspapers ,The Effect on Journalists and News Staff, http://www.maj.arts.qut.edu.au/units/mjb336/history/kkitchin/

Lasica, J. D. (1997, November). So You Want To Be an Online Journalist? American Journalism Review, 48.

Lasica, J.D.”A Scorecard for net news ethics” Online Journalism Review (20 Sept.2001)

Luege, T. (1999). Usage patterns and information needs of journalists on the Internet: an empirical study at USUS. Institute for Communication Sciences research report, University of Munich.

Lynch, D. (1998). Without a rule book, American Journalism Review, Vol,20, P40.

Mann, F. (1998, Spring). What a difference a year makes: New media and newer challenges. Poynter Report, 8 -10.

Mann, F. (April, 1998)."New Media" Brings a New Set of Problems [WWW document]. URL: http://www.poynter.org/research/nm/nm_mann98.htm [1999, 20 Sept.].

Maynard, Nancy Hicks. “Digitization and the News.” Nieman Reports Winter 2000: 11-13.

McAdams, M. (1995). Inventing an Online Newspaper. Interpersonal Computing and Technology, 3, July, pp.64-90.

Meyer, E. (1998, April 7). Net-working: Demand for online journalists is on the

rise. American Journalism Review Newslink. [On-Line]. Available: http://www.ajr.newsling.org.

Meyer, E. K. (1997). To <B> Or Not To <B>. AJR Newslink http://www.newslink.org/emcol11.html

Moeller, P. (1995, January/February). The Digitized Newsroom. American Journalism Review, 42-47.

Moon, J. (1999). Open-source journalism online: fact-checking or censorship? Freedom Forum Online 14 October 1999. Available: http://www.freedomforum.org/professinal/999/10/14janesreview.asp [2000, Nov.20].

Naewon kang, International News Flow in Cyberspace presented at the meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference, Nov. 1998.

Neuberger, C., Tonnemacher, J., Biebl, M., & Duck, A. (1998). Online: The Future of Newspapers. Journal of Computer Mediated Communication, 4, September, pp23-45.

Pavlik, John V.(2001). Journalism and New Media. New York: Columbia UP.

Phipps, Jennie L. (1999)"Superfast Internet Access Will Change Reporting and Broadcasting." Editor & Publisher July , 28-34.

Regan, Tom. "Technology is Changing Journalism." Nieman Reports Winter 2000: 6-9.

Reuven, Frank. "Future Unclear." The New Leader Nov.-Dec. 2000: 52-54.

Ruggiero, Thomas, Perceptions of traditional American Journalists, Toward the internet as news sources, AEJMC, Dec1998.

Schudson, M (1995) The power of news, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Sheerin, Matthew. "All the News That's Fit to Hyperlink." Electronic Buyers' News 1 Nov. 1998: 38.

Shoemaker, P. J. & Reese, S.D. (1996). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. White Plains, NY: Longman.

Shoemaker, P. J. (1991). Communication Concepts 3: Gatekeeping. Newbury Park, CA: Sage.

Sigal, L. V. (1973). Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking. Lexington, MA:D.C. Heath.

Singer, J.B. (1996). Virtual anonimity: Online accountability and the virtuous virtual journalist. Journal of Mass Media Ethics 12, pp.95-106.

Singer, J.B. (1997a). Changes and consistencies: newspaper journalists contemplate online future. Newspaper Research Journal 18, pp.2-18.

Singer, J.B. (1997b). Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an on-line world. Convergence 3, pp.72-89.

Singer, J.B. (1998). Online Journalists: Foundations For Research Into Their Changing Roles. Journal of Computer Mediated Communication, 4(1), September. http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue1/singer.html

Singer, Jane B.(2001) "The Metro-Wide Web: Changes in Newspapers' Gatekeeping Role Online." Journalism and Mass Communication Quarterly Spring ,pp 65-80.

Slatalla, D. (1996, April 17). Journalists are among the first wave of workers migrating online. Netguide.

Snider, P. B. (1967). Mr. Gates revisited: A 1966 version of the 1949 case study, Journalism Quarterly, 44,419-427.

Stepp, C. (1996, April) The new journalist. American Journalism Review:, 19-23.

Thomas E. Ruggiero ,(1998).Perceptions of Traditional American Journalists, Toward the Internet as a News Source: A Critical Approach, A paper presented to the Mass Communication & Society Division of the AEJMC Convention

Weaver, D. H., & Wilhoit, G.C.(1996). The American Journalist in the 1990s. Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Weir, David.(2000) Web Journalism Crosses Many Traditional Lines.: Nieman Reports, Winter, Vol. 54 Issue 4, p35, 3p

White, D. M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. Journalism Quarterly, 27, 383-390.

Xiang Zhou, (2001)Gatekeeper, gatekeeping, and news selection, March 21, communication theory, http://web.utk.edu/~xzhou1/gatetheory.htm

الباب الثاني

2

الصحافة والإنترنت

يحتوي الباب على:

الفصل الأول : الإنترنت وتدريس علوم الصحافة.

الفصل الثاني: الصحفيون والإنترنت.

الفصل الثالث: تيارات بحثية جديدة في دراسات الإنترنت.

الفصل الأول

الإنترنت وتدريس علوم الصحافة

أولاً : الإمكانيات التعليمية للإنترنت في مجال الصحافة :

تعد الإنترنت بمثابة ثورة تعليمية إليكترونية في غاية الأهمية، كما تعد من أقوي الوسائل التعليمية تأثيرًا لتفردها بسمات عديدة. وقد تصاعد الاهتمام باستخدامها في التعليم، حتى غدا واحدًا من أكثر القطاعات انتشارًا على الإنترنت (Meyer, 1999) وبات الجميع يترقب الآثار التعليمية للإنترنت (Hamza 1999) في وقت تواجه فيه المؤسسات التعليمية- وخاصة في دول العالم الثالث- ضغوطًا متزايدًا للتحول نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في التعليم (Norika, 1996) والتي أدت إلى تغيير المفهوم التقليدي للعملية التعليمية سواء فيما يتعلق بتعريف الفصل الدراسي، أو طرق التدريس، أو طبيعة العلاقة بين الأستاذ والطالب، أو محتويات المقررات الدراسية.... الخ.

وتتعدد سمات الإنترنت من منظور تعليمي، حيث أكد العديد من الباحثين أهميتها في مجال التعليم المستمر، والتعليم عن بعد، وفي تنويع مصادر ووسائل المعلومات والتعليم (Besnson, 1994) وتوفير العديد من الفرص للتعلم التجريبي والذاتي Bartel, (1995, Cohen, 1995) وتعزيز قدرة الجامعات على تنشيط التجارب التعليمية والإبداعية (Panici,1998) وتطوير رؤية الطلبة لعملية التعليم (Althaus, 1997) وزيادة فرص تعلمهم داخل المجتمعات الأخرى، ونقل العالم إلى الفصول الدراسية والعكس (Kook,1997) وتسهيل عملية النقاش والحوار (McComb, 1994) وتكثيف فوائد

التعلم مع آخرين (Gragert 1999) وزيادة إمكانية تبادل وتشارك المعرفة، و تحفيز التعلم النشط ، وتفعيل التعلم الذاتي النقدي، وتشجيع الطلاب على تحمل المسئولية والتعلم الجماعي، والتغلب على التحديات التعليمية (Cynthia, et al 1998)، وزيادة فرص تحقيق التفاعلية، والاهتمام بالتعلم المتمركز حول الطالب (Eddy, 1997). فالإنترنت بمثابة بنية تعليمية تحتية قوية تجمع الوسائل والأدوات والتقنيات والبشر والأماكن والمعلومات في سلة واحدة، مما يضاعف القدرات البشرية ويحفزها على التعلم.

وقد تزايدت أهمية الإنترنت في الآونة الأخيرة، حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية جديدة بحد ذاتها، بل ويمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية، وإن كان البعض مازال مترددًا في قبول هذه الرؤية، في وقت يواجه فيه أساتذة الصحافة والاتصال الجماهيري تحديًا جديدًا يتمثل في كيفية دمج الإنترنت والورلد وايد ويب WWW ضمن مقررات علوم الصحافة والاتصال الجماهيري وللمساعدة في إعداد تلاميذهم للمنافسة في سوق العمل (Palmer, Collins & Roy 1995/1996) في ظل تصور يرى إنه لا بديل عن التحول إلى هذا الشكل الجديد في تعليم علوم الصحافة، بل وتنبأ البعض بأنه لن ينقضي العقد الأخير من القرن العشرين دون أن تتم عملية الدمج هذه بين الإنترنت وعلوم الاتصال الجماهيري والصحافة.

وقد بدأ بعض أساتذة الاتصال الجماهيري بالفعل في الاهتمام بدراسة الإنترنت، واعتبارها أداة تعليمية أساسية في تدريس علوم الاتصال الجماهيري عامة والصحافة خاصة (Gunartne and Lee, 1996)، بل وأخذ بعضهم بالفعل في تطبيق استخدام الإنترنت داخل الفصول الدراسية لتعليم فنون وعلوم الاتصال الجماهيري، سعيا إلى إيجاد أفضل طرق تدريسها، والاستفادة منها (Panici,1998)، بيد إن هذه الفئة أيضًا انقسمت على نفسها: ما بين مؤيد لإدماج دراسة الإنترنت ضمن المقررات التدريسية التقليدية (Ross and Middleburg, 1990)، وما بين داعٍ لتدريس مفرداتها كمقررات مستقلة في حد ذاتها(Johnson, 1995a)، إلا أن التجربة بمجملها مازالت في بدايتها.

ويأتي الاهتمام بهذا الموضوع متجاوبًا مع التحولات الجذرية في وسائل الإعلام بفعل التطورات التكنولوجية الحديثة، وعلي قمتها الإنترنت، ومع تصاعد الاهتمام باستخدام الإنترنت في التعليم والذي يعد واحدًا من أكثر القطاعات انتشارا على الإنترنت (Meyer, 1999). وقد أكد العديد من الباحثين ميزات استخدام الكمبيوتر والإنترنت داخل الفصول الدراسية، ومن بينها تسهيل عملية النقاش والحوار (McComb, 1994, Shedletsky 1993a) وتدعيم سبل التعاون بين الطلبة خارج حدود الفصل (Lopez & Nagelhout,1995) وتوفير فرص للتعلم التجريبي Bartel,1995, (Cohen,1995) وتطوير رؤية الطلبة لعملية التعليم (Althaus, 1997) وتوفير مصادر متعددة للمعلومات(Besnson,1994) وتعزيز قدرة الجامعات على تنشيط التجارب التعليمية والإبداع فيها (Panici, 1998) بل وأكد (Althaus, 1997) ان استخدام الطلبة للكمبيوتر والإنترنت في حواراتهم ونقا شاتهم، بالإضافة إلى الحوارات المباشرة يساعد على رفع قدرات هؤلاء الطلاب ودرجاتهم التعليمية بدرجة أكثر من الاقتصار على التعليم المباشر فقط، كما أشارت دراسات أخرى إلى وجود علاقة قوية بين استخدام هذه التقنيات وبين تصاعد الإنجاز الأكاديمي بين أعضاء هيئة التدريس وبين الطلبة .(Moersch, 1999)

وقد دفعت هذه النتائج بالمعاهد والكليات والمؤسسات الصحفية المعنية بتدريس علوم الاتصال الجماهيري والصحافة، إلى إعادة التفكير في طرق تدريسها ومناهجها والتقنيات المستخدمة في معاملها لتوصيل هذه المعارف والعلوم، وفقًا لوجهة نظر ترى إنه لا بديل أمام هذه الجامعات والمؤسسات الصحفية سوي الدخول إلى هذا العالم الرقمي الجديد، لتخريج كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع ثورة المعلومات المتجددة والمتسارعة، فمثلا أقامت كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة مينسوتا معملاً تدريبيًا يتواجد فيه طلبة الصحافة والإذاعة معًا في معمل واحد، ومزود بأجهزة كمبيوتر مرتبطة بالإنترنت، ويعمل فيه طلاب الصحافة مع طلاب الإذاعة جنبًا إلى جنب لتقديم وعرض الأخبار بأشكال مكتوبة ومرئية معًا. كما افتتحت كلية الصحافة

بجامعة كولومبيا مركزا جديدا للإجابة على التساؤلات المتعلقة بكيفية إدماج الإنترنت ضمن مقررات الاتصال الجماهيري، وكذلك فعلت جامعة أنديانا وغيرهما من الجامعات، . وفي مسح ميداني أجرته College Computing Services بأمريكا تبين أن كلية واحدة على الأقل من بين أربع كليات أمريكية بدأت تستخدم البريد الإليكتروني و الملتميديا والإنترنت والسي دي رام (Panici, 1998).

وفي ذات الوقت يتزايد الاعتقاد ضمن الأوساط الأكاديمية المعنية بعلوم الصحافة والاتصال الجماهيري، بأن الإنترنت تعد أداة تعليمية نموذجية للفصول الدراسية (Scott, 1995)، وإلي إنه من الضروري تعليم مثل هذه المقررات الدراسية لتوفير فرص عمل للطلاب، بعد تدريبهم على التكنولوجيا الجديدة التي تلعب دورًا مهمًا في تشكيل مستقبل الصحافة (Jerome, 1996) وهو أمر تتبدي تباشيره في التزايد المستمر في استخدام الإنترنت في تطوير دراسة وتعليم مقررات الصحافة، واستحداث مقررات جديدة في مجال تعليم الصحافة، ومن بينها مقررات متعلقة بصحافة الوسائط المتعددة "الملتيمديا" والنشر والتصميم على الويب، والتغطية الصحفية الإليكترونية، و الصحافة الإليكترونية، وكذلك تزايد الدعوة لإدماج الإنترنت ضمن المواد الدراسية الأخرى في عالم الصحافة، ومن بينها التحرير الصحفي والإخراج الصحفي والإعلام الدولي والاتصال والتنمية والصحافة الدولية... الخ.

كما بدأت دراسة الإنترنت تحظى باهتمام جاد من قبل الباحثين في الفترة الأخيرة، قدموا معلومات وأوراق بحثية عن الإنترنت في المؤتمرات الدولية، كما تزايدت عدد المواقع الصحفية على الإنترنت والتي تعرض لمقررات دراسية عن الصحافة والإنترنت والتغطية الصحفية باستخدام الكمبيوتر، وكذلك التي تساعد الصحفيين على التعرف على كيفية جمع المعلومات من الإنترنت مثل Internet Newsroom، فضلاً عن تزايد عدد الدوريات والمجلات العلمية والعامة والمعنية بهذه التخصصات الجديدة، وكذلك المعاهد والمؤسسات والجمعيات والمنظمات المعنية بالصحافة.

ومن ناحية أخرى، فإن هناك توجهًا جديدًا نحو تعديل ممارسات تدريس علوم الصحافة، باعتبار أن ثمة حاجة ماسة لتعليم طلبة الصحافة مهارة استخلاص المعاني من البيانات والمعلومات التي تتدفق بكثافة في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، وهو ما يعني ضرورة التحول من الشكل التقليدي في تعليم فنون الصحافة، والذي يقوم على التركيز على تعليم كتابة القصة، ومقدمتها، ونوع المقدمة، وأين توضع داخل القصة، وزاوية التركيز فيها، ومدي حاجتها لمتابعة، أو مقابلات إضافية... الخ إلى التركيز على تعليم طلبة الصحافة أساليب البحث والتغطية ، والتحليل، وهي أمور أصبحت ميسورة بفعل تزايد تخزين المعلومات والبيانات بشكل رقمي، وتطور طرق الاتصال الصحفي الرقمي، وتعدد وسائل تحليل المعلومات والبيانات بشكل رقمي، ومن ثم فالتحدي الحالي هو تعليم طلبة الصحافة هذه المهارات الجديدة للتعامل بشكل فعال مع البيئة الرقمية الصحفية الجديدة.

إمكانيات الإنترنت التعليمية

توجد عدة أدوات يمكن من خلالها أن تسهم الإنترنت في تطوير العملية التعليمية بصفة عامة من بينها:

1- **البريد الإليكتروني Email**، وهو أداة مهمة لتبادل المعلومات والأفكار بين أستاذ المادة وطلابه سواء بشكل فردي أو جماعي، وكذلك لطرح الأسئلة والحصول على الأجوبة، وتلقي وإرسال التكليفات، والحصول على تقارير المتابعة والتقييم، وهو ما يساعد في تنظيم أعمال الطلاب وكتابة تقاريرهم، ودعم سبل التعاون بينهم (Cohen, 1994) ويزيد من مهاراتهم في أداء الامتحانات، (Panici,1998) كما يسمح للمدرس بمراقبة تقدم كل فريق والحصول على ردود أفعال مباشرة منهم، كما يمكن توفير بريد إليكتروني خاص بكل طالب وكذلك بريد جماعي، ومن ثم يمكن التخاطب بشكل جماعي وبشكل فردي، لتكوين ما يعرف بالفصل الافتراضي Virtual Classroom فمن مزايا البريد الإليكتروني المشترك Email collaboration، توافر درجة كبيرة من الرقابة

على أعمال الطلاب، وتزايد مشاركة المدرس في متابعة هذه الأعمال، فضلاً عن دعم الاتصال بين أطراف المقرر الدراسي الواحد، مع توافر إمكانية إجراء اتصالات طوال الوقت، بل وعقد اجتماعات في حالة صعوبة الاتفاق على المواعيد ، مع إمكانية تخزين الأسئلة والأجوبة.

2- القوائم البريدية Mailing lists ويمكن ضم هذه القوائم معاً للحصول على العديد من الرسائل الإليكترونية في موضوعات محددة من مشتركين عديدين.

3- المشروع الجماعي Collaborative Project، وميزته إنه يجسد أمام الطالب عالم حقيقي من أنشطة الفصل (Rayer,1997) ويمكن إعداده من قبل طلاب أكثر من مقرر تدريسي في أكثر من مكان بالعمل معًا في مشروع جماعي مشترك، وتبادل الأفكار فيما بينهم، باستخدام البريد الإليكتروني وقد تقوم إحدى المجموعات بنشر عملها على صفحات الإنترنت، بما يمكن الأطراف الأخرى من المشاركة في المشروع من خلالها.

4- Book Raps، وتقوم فكرته على تبادل الآراء والأفكار بين طلاب يقرأون نفس الكتاب المقرر في عدة أماكن وجامعات باستخدام البريد الإليكتروني.

5- حجرات الدردشة Chatting rooms وهي طريقة للحوار مع الآخرين بشكل إليكتروني فوري، وإن كانت توجد بعض الحجرات غير مناسبة للاستخدام داخل الفصول الدراسية.

6- الجماعات الإخبارية Newsgroups وخاصة تلك المتعلقة بموضوع المقرر، وإن كانت مواد بعض هذه الجماعات قد تكون غير مناسبة لاستخدامها داخل الفصول الدراسية.

7- قواعد المعلومات الإليكترونية المتوافرة على الإنترنت Databases، وهي تتميز عن الفهارس والأدلة والتقارير المطبوعة بميزات عديدة فضلاً عن تجديدها المستمر للمعلومات، بما يمكن المستخدم من الوصول إلى معلومات حديثة، وكذلك السرعة

في الحصول على المعلومة، والمصحوبة أحيانا بالصوت والصور والجرافيكس والرسوم، مع توافر إمكانية البحث المزدوج عبر أكثر من قاعدة بيانات (Ward & Hansen, 1993) (Morrissioy, 1995) ومن بين خدمات المعلومات الفورية Data Times, Dow Jones News Retrieval , Dialog, Lexis/Nexis from Mead Data General Inc. وهي تساعد في البحث عن الأخبار والمعلومات عبر عدد كبير من قواعد البيانات مع توفير النص الكامل لهذه المعلومات والأخبار، وفي مجالات متعددة في السياسة والرياضة والاقتصاد والعلوم ... الخ.

تطور استخدام الإنترنت صحفيًا

مرت الصحافة الحديثة بعدة مراحل في استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة ومن بينها الإنترنت، حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الإليكتروني، لتمثل بذلك بداية تحول الصحف إلى استخدام الأنظمة الرقمية (Fidler, 1994). وفي الوقت ذاته بدأت أجهزة الكمبيوتر تدخل إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والغربية، لاستخدامه في الصف والجمع الإليكتروني، والكتابة والتحرير وجمع المعلومات والاتصالات الصحفية، كما زادت عمليات التشبيك الإليكتروني ما بين قواعد البيانات والمعلومات المتاحة أمام الصحف، وتم ربط بنوك المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية، كما تصاعد نجم قواعد المعلومات التجارية، وتنوعت خدماتها المعلوماتية والصحفية (Catherine, 1995)، في وقت أصبح فيه استخدام الإنترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال، وهو ما أسفر عن تحول كبير في الممارسات الصحفية، وفي تحسين نوعية أداء الأعمال الصحفية Heidi, 1996) كما أصبح استخدام الإنترنت يعد أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي، والحكم على مهاراته الصحفية، كما بدأ يتزايد إدراك الصحفيين لأهمية وقيمة الكمبيوتر والإنترنت وقواعد المعلومات والوسائل الاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية، وبدأوا تدريجيًا يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد (Garrison, 1997).

وبالرغم من تزايد استخدام الصحفيين الأمريكيين للإنترنت عن نظرائهم، فإن ثمة مؤشرات على بدء تزايد هذه الاستخدام من قبل صحفيين ينتمون لدول أخرى.

الإنترنت وتعليم المهارات الصحفية

توفر الإنترنت للصحفيين فرصًا عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية (Andrew 1995)، كما تسمح للصحفيين بالوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة، ومن مصادر متعددة، تعمق أبعاد الموضوعات الصحفية (Ketterer, 1998). ومن بين الإضافات التي تقدمها الإنترنت في مجال تعليم المهارات الصحفية – فضلاً عن المساعدة في تعليم الفنون الصحفية، والكتابة الصحفية، وطرق جمع المادة الصحفية، وإجراء الحوارات والتحقيقات، والتعامل مع الأخبار ووكالات الأنباء، ومصادر الأخبار والمعلومات... الخ – ما تتطلبه الإنترنت من ضرورة تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصائيات والتحقق من مصداقيتها وتقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى المتوافرة، واستخدام عدة ضوابط ومعايير للاختيار من بين المصادر والمعلومات المتاحة بكثرة، وكذلك ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات والوثائق ، والاستفادة من الأدوات المتعددة المتوافرة على الإنترنت للقيام بتغطية صحفية فورية وسريعة للأحداث، والاتصال المباشر بصناع الأحداث، وإجراء حوارات فردية وجماعية، مكتوبة ومرئية ومسموعة، وتنفيذ تحقيقات صحفية حول أحداث وموضوعات في مجالات متنوعة ومن أماكن متعددة، فضلا عن استحداث أشكال صحفية واتصالية جديدة مثل عقد المؤتمرات عن بعد، والجماعات الإخبارية، وجلسات الدردشة، والبريد الإليكتروني، وكذلك توفير إمكانيات كبيرة لاستكمال معلومات الموضوعات الصحفية والوصول إلى مصادرها الأساسية، وهي مهارات أساسية في تعليم الصحافة وممارساتها، فضلاً عن أن دراسة الإنترنت في حد ذاتها تتطلب إجادة مهارات استقاء المعلومة وجمعها والتأكد من دقتها وصحتها وموضوعيتها... الخ وهي من الصفات الأساسية في التعليم الصحفي المهني.

ومن ناحية أخرى، توفر الإنترنت لأساتذة الصحافة تقنيات جديدة في توصيل المعارف والمهارات الصحفية، وتزويدهم ببيئة صحفية افتراضية Virtual Newspaper لممارسة طلابهم للعمل الصحفي، وإن كانت الإنترنت قد أضافت إليهم أعباءً تدريسية جديدة تتعلق بضرورة عدم اقتصار المقررات التدريسية التي يطرحونها لتدريس الصحافة على تعليم مهارات التحرير والتصميم والإخراج الصحفي، وإنما يجب استحداث مقررات جديدة تتناول تعليم المهارات الفنية والمرئية واستخدام الوسائط المتعددة "الملتيمديا" و الجرافيكس، وتصميم الصفحات على الويب.... الخ.

وتتسم الإنترنت بعدة سمات متميزة من الناحية الصحفية، من بينها:

توافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد، كما توفر تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها، وتتيح إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، كما توفر العديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري، وللتخزين وللاسترجاع في أي وقت، كما توفر العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها مميزًا، مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة، وهي أمور تُفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من إخبار وشرح وتفسير، كما تجمع الإنترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، باعتبارها مصدرًا صحفيًا يزود بالمعلومات، و أداة اتصال بالمصدر، ووسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات، ومكتبة وأرشيف ضخم... الخ وتساعد كل هذه العناصر على قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث ما، وكذلك القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده، من اختيار الموضوع، وجمع بياناته، والاتصال بمصادره، وكتابته، بل ونشره.

فوائد استخدام الإنترنت في تعليم وتدريس المواد الصحفية

تتعدد الفوائد التي يمكن أن تقدمها الإنترنت في تعليم وتدريس مواد الصحافة ومن بينها:

- إمكانية تقديم وتدريس أكثر من مقرر تدريسي يتعلق بالإنترنت بشكل منفصل من بينها "الاستخدامات الصحفية للإنترنت"، "الصحافة الإليكترونية"، "لغات التحرير الإليكتروني"، "التغطية الصحفية باستخدام الإنترنت"، "طرق البحث عن المعلومات وجمعها باستخدام الإنترنت" ... الخ.
- إمكانية إفادة المقررات الصحفية الأخرى من الإنترنت، بما يعزز مضامينها ومفرداتها التعليمية من بينها مقرر الإعلام الدولي، تكنولوجيا الاتصال الإليكتروني، والإعلان الصحفي، والترجمة الصحفية... الخ.
- توافر قدرات وصفات ذات طبيعة تعليمية متميزة في الإنترنت مثل الجرافيكس، والصوت والصور والرسوم والألوان، وهي أدوات تيسر عملية الشرح والتوضيح، فضلاً عن القدرة على التحكم في طريقة العرض و الأنماط والأحجام والخلفيات والمساحات ... الخ
- تعاظم الصفات الاتصالية في الإنترنت والتي من بينها التفاعلية بين المرسل والمستقبل، والقدرة على تلقي الدرس عن بعد، والقدرة على تخرين واسترجاع مادة المقرر الدراسي بسهولة، فضلاً عن كونها وسيلة محفزة لطالب الصحافة على البحث والدرس الذاتي، وتطوير الحواس والمهارات الصحفية لديه.
- توافر مادة المقرر الصحفي نفسه وتطبيقاتها على الإنترنت من مادة صحفية وخبرية ومقالية وتحقيقات وصور وأحاديث، وكذا الوسائل الصحفية المعاونة والمتنوعة من صحف ومجلات ومحطات تليفزيونية وشبكات معلومات وقواعد بيانات ... الخ.
- إمكانية إتمام بعض مفردات العمل الصحفي من خلال الإنترنت، واعتبارها معملاً وصحيفة لممارسة العمل الصحفي ذاته، حيث توفر بيئة جيدة لممارسة مهارات جمع الأخبار وتحليليها، وإجراء الحوارات الصحفية، وتنفيذ التحقيقات الصحفية، وكتابة المقالات الصحفية، و إعداد التقارير الصحفية النصية والمصورة، واستطلاع الآراء في موضوعات صحفية، وشن الحملات الصحفية، فضلاً عن الاستفادة من

الأقسام الإخبارية Newsrooms المتوافرة على الإنترنت، فالإنترنت تساعد على كسر الفجوة بين الـ Classroom و الـ Newsroom.

- إمكانية الاستفادة من خبرات الصحفيين المحترفين وجلبهم لمكان المحاضرة دون تكفل عناء الانتقال إليها، وعقد مؤتمرات صحفية عن بعد (مسموعة ومرئية)، وكذا الاستفادة من مقررات ومشروعات وبرامج وخطط المؤسسات والجمعيات والجامعات المعنية بتطوير العمل الصحفي باستخدام الوسائل الجديدة.
- توافر برامج تعليمية مساعدة على الإنترنت، تيسر إمكانية التعرف على المقومات الصحفية للإنترنت بدون الحاجة إلى معلم.
- إمكانية الاستفادة والتعلم من أكثر من موقع تعليمي عن ذات المادة العلمية والتي يطرحها أساتذة الصحافة من جامعات عديدة على الإنترنت وهو أمر يعمق محتويات المادة الصحفية المقدمة، ويوفر نماذج متعددة لتقديم ذات المادة، أي أن طالب الصحافة يمكن أن يتنقل بين عدة قاعات دراسية حول ذات المادة التعليمية دون أن ينتقل من مكانه.
- توافر إمكانية التعليم المستمر التي لا تنتهي بمجرد الخروج من قاعات الدرس، حيث يمكن إتمام تكليفات المقرر التدريسي من أي مكان يتوافر فيه الاتصال بالإنترنت، وفي أي وقت يتيسر فيه هذا الاتصال.
- توافر إمكانيات عديدة للاتصال بين طلاب الصحافة وبعضهم، وبينهم وبين أساتذتهم، بما يزيد من درجة تبادل الخبرات فيما بينهم سواء عن طريق البريد الإليكتروني (Pearson, 1993) أو جماعات الدردشة أو الجماعات الإخبارية أو غيرها.
- عدم حاجة طالب الصحافة إلى التخزين الورقي لتكليفات ومحتويات المقرر التدريسي، إذ تتوافر هذه التكليفات والمحتويات على الموقع الخاص بالمقرر على الإنترنت.
- إمكانية القيام برحلات ميدانية إليكترونية إلى مواقع الصحف والمجلات والتعرف عليها.

- تسمح بدمج الأفكار النظرية المتعلقة بالاتصال الجماهيري والصحافة ضمن الأنشطة التدريبية بشكل عملي (Derek,1997).

مفردات المقرر التعليمي لتدريس مواد الصحافة

يمكن استخدام الإنترنت ضمن مقررات الصحافة كعامل مساند أو بشكل مستقل، ويمكن تقديمه ما يلي:

- التعريف بالإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة، وإمكانياتها الاتصالية، والمفاهيم الاتصالية الجديدة التي تطرحها، وتأثيراتها على وسائل الإعلام التقليدية.
- طرح المصطلحات والمكونات الأساسية للإنترنت، وطرق الاتصال بها والاحتياجات الأساسية لذلك.
- التعريف بمعالم متصفحات الإنترنت وإمكانياتها في المساعدة في عمليات التجول داخل الإنترنت.
- بيان أفضل طرق البحث عن المعلومات داخل مواقع الإنترنت، وأفضل طرق استخدام محركات البحث، وأسس تقييم المواقع، وكيفية تقييم المعلومات المتوافرة على الإنترنت.
- استعراض الإمكانيات الاتصالية للبريد الإليكتروني، كوسيلة مهمة في الاتصال الشخصي والجمعي، وإمكانية تبادل المعلومات مع الآخرين، والرد الفوري على الرسائل، واستخدامه كأداة في جمع المادة الصحفية... الخ.
- تصفح وتوصيف ودراسة وتحليل الصحف الإليكترونية المحلية والدولية من حيث الإمكانيات الصحفية والاتصالية المتوافرة بها، كالأرشيف ووسائل البحث والتحاور مع الصحفيين، وسرعة التصفح، والربط بالمواقع الأخرى، واستكمال المعلومات... الخ

- متابعة الأخبار والمادة الصحفية المصورة من وكالات الأنباء واستخدامها في جمع المادة الصحفية وترجمتها وكتابة التقارير والمواد الصحفية، واستعراض تاريخ وكالات الأنباء، ووسائل عملها، وإمكانياتها، وأرشيفاتها، وخدماتها الصحفية المكتوبة والمصورة ... الخ.
- عرض ومناقشة إمكانيات الشبكات والخدمات الإليكترونية الفورية ومحتوياتها وإمكاناتها في جمع المعلومات وتحليلها وعرضها، وأنواع الخدمات الصحفية والمعلوماتية التي تقدمها.
- التعريف بالوسائل الاتصالية الجديدة عبر الإنترنت من جلسات الدردشة والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وطرق نقل الملفات والمواد ... الخ.
- التعريف بالأدوات الصحفية المساعدة التي توافرها الإنترنت مثل أجندة الأعمال والمواعيد، والمراجع والقواميس والموسوعات وقواعد المعلومات والأرشيفات الصحفية والخرائط، وأدلة التليفونات المنزلية والتجارية والحكومية، وكيفية العثور على الأشخاص، والوثائق والإحصائيات والمكتبات الإليكترونية... الخ.
- مساعدة طالب الصحافة على بناء صحيفته الخاصة على الإنترنت Create his own newspaper، واختيار المواد الصحفية التي تتلائم مع اهتماماته وميوله، ومن المصادر التي يثق في قدرتها الصحفية وإمكانياتها.
- مساعدة طالب الصحافة على بناء صفحة بيته His Own Home Page الخاصة على الإنترنت، متضمنة كل البيانات والمعلومات المتعلقة به ومؤهلاتها وأعماله الصحفية... الخ أو كأداة لتوصيل الأخبار والمعلومات والأحداث التي يراها ويهتم بها، أو كمنبر صحفي للتعبير عن آرائه وللتحاور مع الآخرين.
- تعريف طالب الصحافة بمعلومات خلفية ذات مضامين متعددة: سياسية واقتصادية وجغرافية وثقافية... الخ عن دولته وعن دول أخرى من خلال استعراض المواقع المعنية بهذه المجالات، وهو ما يعزز مهارات الثقافة العامة لديه.

- التعريف بصناع الأحداث والمشاهير في العالم من خلال المواقع الخاصة بذلك وعمل تقارير وبروفيلات عنهم.
- مساعدة طلاب الصحافة على تحميل برامج الكمبيوتر المعنية بالجوانب الاتصالية والإعلامية والصحفية من الإنترنت وكيفية استخدامها، وكذلك نقل ملفات من أماكن بعيدة وإرسالها كذلك.
- رصد التطورات التكنولوجية الجديدة في عالم الصحافة من خلال الإنترنت، سواء من أجهزة ومعدات وتقنيات أو من برامج مثل الـPointCast وتكنولوجيا الدفع Push Technology والبث المرئي مثل الـ Real Player... الخ..
- رصد مصادر الأخبار المتاحة على الإنترنت وتقييمها والتعرف على إمكانياتها الصحفية مثل وكالات الأنباء الدولية والمحلية والصحف الأجنبية والمحلية ومحطات الإذاعة والتليفزيون والشبكات الإخبارية... الخ.

ثانيًا: الإنترنت وتطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية:

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة باستخدام الكمبيوتر والإنترنت في تدريس وتعليم المهارات اللغوية، في وقت أصبحت فيه القدرة على الكتابة والقراءة والاتصال عبر الكمبيوتر متطلبًا أساسيًا في الحياة الحديثة، كما تصاعد نجم اللغة الإنجليزية لتصبح أبرز اللغات المشتركة lingua franca في العصر الحديث. وقد بدأ استخدام الكمبيوتر في تعليم اللغة Computer-Assisted Language Learning (CALL) منذ الستينات، ومر هذا الاستخدام خلال العقود الماضية بثلاثة مراحل أساسية (Warschauer and Deborah, 1998): حيث اتسمت المرحلة الأولى بغلبة الطابع (السلوكي) على هذه الاستخدامات، وغلب الاهتمام بالخصائص (الاتصالية) للكمبيوتر في المرحلة الثانية، بينما مالت المرحلة الثالثة والراهنة إلى إضفاء سمات أكثر (تكاملية) على استخدام الكمبيوتر والإنترنت في تعليم اللغة، وقد سايرت كل مرحلة منها طبيعة التقدم التكنولوجي الذي شهدته.

وقد بدأت إرهاصات المرحلة الأولى في الخمسينات وتمت تطبيقاتها في الستينات والسبعينات وفقًا لنموذج التعلم السلوكي behaviouristic، مستخدما فكرة التدريبات اللغوية المتكررة، حيث ساد تصور يرى أن الكمبيوتر معلم ميكانيكي لا يمل ولا يكل، ويسمح للطلبة بالعمل بشكل فردي، وتطور هذا النموذج مؤخرًا في صورة الكمبيوتر الشخصي. وفي المرحلة الثانية الاتصالية Communicative والتي ظهرت في أواخر السبعينات وأوائل الثمانينات تم نبذ المدخل السابق. ومع بدء ظهور الحاسبات الشخصية الجديدة ظهرت إمكانيات أكبر لاستخدام الكمبيوتر في تعليم اللغة بشكل فردي، ورأي أنصار هذه المرحلة أن الأنشطة التي تقوم على استخدام الكمبيوتر يجب أن تركز على تعليم القواعد اللغوية بشكل ضمني وليس بشكل صريح. وتجاوبت هذه المرحلة مع النظريات المعرفية، التي أكدت على أن التعلم هو عملية اكتشاف، وتعبير، وتطوير.

وفي هذه المرحلة تم تطوير بعض البرامج التي تسمح للطلبة بالعمل سواء بشكل فردي أو جماعي لإعادة ترتيب الكلمات والنصوص لاكتشاف معاني النماذج اللغوية، كما تسمح بالتزامنية في العمل، وتتيح إمكانية المناقشة والعمل الجماعي بين الطلبة، حيث تركز الاهتمام ليس على ما يفعله الطلبة بالآلة و إنما على ماذا يفعلونه معًا أثناء عملهم على الكمبيوتر، وبالرغم من تقدم هذه المرحلة عن سابقتها، إلا أنها تعرضت للنقد.

وفي أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات برزت عدة انتقادات للمرحلة الثانية من بينها أن الكمبيوتر مازال يستخدم كعنصر هامشي في عملية التعلم وبشكل مؤقت ومنفصل عن سياقه الاجتماعي، وتزامن هذا النقد مع إعادة تقييم واسعة لنظرية تعليم اللغة على أساس اتصالي، حيث بدأ العديد من الدارسين يهتمون بالرؤية الاجتماعية المعرفية، التي تؤكد على ضرورة استخدام اللغة في سياقها الاجتماعي، وهو ما قاد إلى مدخل تكاملي integrative approach جديد قائم على تعلم اللغة والتكنولوجيا معًا

Technology and Language Learning سمي باسم CALL يسعى لتكامل المهارات المتعددة (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة) مع الوسائل التكنولوجية بشكل تام في إطار عملية تعلم واستخدام اللغة.

وبينما كانت تستخدم الحاسبات الآلية الكبيرة mainframe في المرحلة الأولى والكمبيوتر الشخصي PC في المرحلة الثانية وفقًا للرؤية الاتصالية، فإنه يتم الاعتماد على الكمبيوترات الشبكية القائمة على الوسائط الإعلامية المتعددة في المرحلة الثالثة وفقا لمفهوم متكامل يجمع عدة وسائل تكنولوجية حديثة معًا، وعلي أساس مفهوم التعلم للقراءة، التعلم للكتابة، التعلم للاتصال عبر الكمبيوتر، وهي من المفاهيم التي أصبحت معلمًا أساسيًا في الحياة التعليمية الحديثة.

وقد حدثت تغيرات كثيرة في هذا المدخل في المرحلة الأخيرة مع تكاثر المعلومات، وتنوع وسائل الاتصال، وزيادة الحاجة للتعامل مع الكثير من الثقافات باستخدام العديد من اللغات، في وقت تغيرت فيه بعض المفاهيم التعليمية التقليدية. ففي عصر التعليم بالإنترنت أصبح المدرس مجرد ميسر للتعلم facilitator وليس مصدرًا له، فهو يختار ويقدم المعلومات بطرق متعددة، وفقًا لاحتياجات طلابه وبما يمكنهم من إعادة خلق اللغة بأنفسهم، وان يصبحوا خالقين للغة بدلاً من الاكتفاء بدور السلبي وان يكونوا مشاركين نشطين في عملية التعلم. كما تغير دور المدرس والذي لم يصبح المصدر الوحيد للمهارات اللغوية، كما لم يعد دوره يقتصر على سكب المعلومات في عقول طلابه، إذ يمارس هؤلاء الطلبة دورًا نشطًا في عملية تعلم اللغات، فهم يفسرون وينظمون المعلومات التي يكتسبونها بصورة تتلاءم مع معارفهم ومعلوماتهم السابقة Dole et al.,1991. كما تراجعت قيمة الحفظ في مقابل الاهتمام بتعليم طرق واستراتيجيات البحث عن المعلومات.Warschauer and Deborah,1998 .

وقد أجريت دراسات عديدة حول استخدام الكمبيوتر في تعليم اللغات الأجنبية، وركزت على تقديم نماذج أصلية وواقعية لتعلم اللغة بوسائل متعددة، كما ركزت على

تقييم احتياجات الطلبة وخطوات التعلم، وتوفير أفضل الفرص لممارسة المهارات اللغوية. وقد أظهرت الدراسات في هذا المجال أن الكمبيوتر يساعد في اكتساب اللغة Chapelle 1995، والي أن نوع البرامج والمهام التي يكلف بها المدرس لها تأثير كبير على كيفية تفاعل الطالب مع الآخرين عندما يعملون في مجموعات (Dudley, 1995; Puiol, 1995/1996)، كما وجدت أن الطلبة لديها اتجاهات إيجابية إزاء الكتابة باستخدام الكمبيوتر وتركز الدراسات الحديثة في هذا المجال على استخدام البريد الإليكتروني كطريقة لتقوية الدافعية لتعلم اللغة ولإتقان مهارة الكتابة، وأظهرت هذه الدراسات أن المتعلمين يفضلون استخدام الكمبيوتر حتى ولو لم يحققوا تقدمًا Stenson et al ,1992.

كما أجريت عدة دراسات حول استخدام الإنترنت في تعليم اللغات الأجنبية، حيث حولت الإنترنت جهاز الكمبيوتر من مجرد أداة لمعالجة المعلومات والعرض إلى أداة لمعالجة المعلومات وكذلك للاتصال وللمعرفة وللتعلم، فلأول مرة يستطيع دارسي اللغة الاتصال بشكل غير مكلف وبسرعة كبيرة، وبإمكانيات غير مسبوقة في تعلم اللغة Warschauer and Deborah,1998.

وتفيد الإنترنت في تعليم اللغات الأجنبية من عدة وجوه منها:

- توافر عدد غير مسبوق من اللغات على وسيلة اتصالية واحدة.
- تنوع القدرات الاتصالية للإنترنت من صوت وصورة وفيديو وجرافيكس ورسوم متحركة وألوان... الخ بما يمكن أن يلبي تنوع المفردات اللغوية من: قراءة وكتابة واستماع ومحادثة ومصطلحات... الخ.
- توافر العديد من الأدوات التعليمية المساعدة في مجال اللغة على الإنترنت من قواميس ومراجع وأدلة وفهارس ومكتبات.... الخ
- تنوع البرامج المتخصصة في تعليم اللغات الأجنبية، والتي تتفنن في تقديم وسائل متطورة وجذابة في تعليم اللغات.

- تنوع الأشكال الاتصالية على الإنترنت والتي تمتلك كل منها إمكانيات متعددة وخصائص متنوعة لتعلم اللغة من بريد إليكتروني وقوائم بريدية وحجرات دردشة ومؤتمرات... الخ.
- تطور برامج الترجمة بين اللغات المختلفة والمتوافرة على الإنترنت.
- وجود وفرة كبيرة من المواقع المتخصصة في تعليم اللغات الأجنبية على الإنترنت، والتي تعرض خدماتها سواء مجانيا أو بمقابل مادي، وتتنافس على جذب مستخدمي الإنترنت من خلال تنويع محتوياتها وتدريباتها وروابطها وطرق عرضها... الخ
- إمكانية الاتصال بالمؤسسات والجهات التعليمية المتخصصة في تعليم اللغات الأجنبية عبر الإنترنت والاستفادة من محتويات مواقعها.
- اتسام الإنترنت بسمات اتصالية فريدة من نوعها من بين التفاعلية بينها وبين مستخدمها، وهو ما يتبدى مثلاً في الاختبارات والتدريبات اللغوية المتنوعة والمتوافرة بكثرة على الإنترنت، فضلا عن التزامنية والتشاركية والفورية في العمل الجماعي في مجال تعلم اللغات الأجنبية.
- تنوع مستخدمي الإنترنت وتعدد ثقافاتهم ولغاتهم، وبما يتيح إمكانية الاتصال المباشر مع الناطقين الأصليين للغة، والاستفادة من خبراتهم.
- توافر إمكانية التدرج في تعلم اللغات الأجنبية وفقا لمستويات متعددة، وصولا إلى قمة التخصص من خلال العديد من المواقع والروابط المرجعية المتوافرة على الإنترنت.
- اعتبار المفردات والمصطلحات التكنولوجية المرتبطة باستخدام الإنترنت، ضمن المفردات والمصطلحات اللغوية الأجنبية التي تثري قاموس المصطلحات الأجنبية لدي الطالب. فكما يرى Logan, 1995, Moursund, 2000 فإن تكنولوجيا التعليم هي لغة في حد ذاتها، و شكل جديد من الاتصال. كما أن استخدام الإنترنت يمثل

مهارة لغوية في حد ذاتها، فالقراءة على الإنترنت ظاهرة مختلفة تمامًا عن القراءة العادية، وتحديد موقع المعلومات ذات الفائدة والقيمة يمثل مهارة لغوية أخرى، كما أن الكتابة الإليكترونية online writing تعتبر إحدى الأدوات الأساسية التي تطور المهارات اللغوية لدي مستخدميها، وخاصة إذا كانت مصحوبة بالنصوص والصور والأصوات والفيديو.

- توفر إمكانية التعلم للغات الأجنبية على الإنترنت بصور متعددة: جماعية وثنائية وفردية، داخل الفصول الدراسية وخارجها، أثناء الدراسة وبعدها، فهي بمثابة معمل لغات تعليمي خاص وذاتي.
- تنوع الخدمات المقدمة من جانب المواقع المتخصصة؛ سواء في عرض المعاني اللغوية أو مترادفاتها أو معانيها أو أصولها أو عرض لأحداث تاريخية مشابهة أو عرض لمقاييس ووحدات زمنية وجغرافية وعلمية وغيرها... الخ.
- إمكانية توفيق / توليف المواقع المتخصصة في تعليم اللغات الأجنبية بما يتلاءم مع طبيعة المقرر الدراسي واهتماماته ومتطلباته، وخاصة فيما يتعلق بمجالات الصحافة والإعلام.

الأدوات والوسائل التعليمية للإنترنت (في مجال تدريس اللغة الإنجليزية والمهارات الصحفية)

تفيد الإنترنت بدرجة كبيرة في تدريس اللغات، لاندماج عدة وسائل اتصالية معًا في بنيتها، كما توفر عدة أدوات يمكن من خلالها أن تسهم بها في تطوير العملية التعليمية من بينها

- **(البريد الإليكتروني Email) وهو** أداة مهمة لتبادل المعلومات والأفكار بين أستاذ المادة وطلابه سواء بشكل فردي أو جماعي، وكذلك لطرح الأسئلة والحصول على الأجوبة، وتلقي وإرسال التكليفات، والحصول على تقارير المتابعة والتقييم، ودعم

سبل التعاون بينهم (Cohen, 1994). ومن بين المشروعات التي استخدمت فيها لتعليم اللغات الأجنبية مشروع Keypal والذي يمكن المشتركين فيه من التراسل مع المتحدثين باللغة الإنجليزية الأصلية، كما يفيد البريد الإليكتروني في مجال تعليم اللغات الأجنبية عن بعد Ponterio,1996.

- **(القوائم البريدية Mailing lists)** يوجد العديد من القوائم البريدية المتاحة على الإنترنت والمهتمة باللغة وبعضها مثل Language Learning and Technology, International List توزع المعلومات المتعلقة بأشكال استخدام التكنولوجيا في تعليم اللغة، وبعضها يوفر خدمة المشاركة في الفصول وتبادل البريد بين عدة دول، وبعضها متخصص في اللغة، ويناقش موضوعات محددة ومتنوعة في جوانب اللغة، وبعضها مثل F1Teach يهتم بمناقشة منهجية تعلم اللغة والابتكارات الإرشادية وتعزيز كفاءة الطلبة التعليمية، وهي أداة مهمة لتطوير مهارات مدرس اللغة وخاصة في المناطق المنعزلة جغرافيا Leloup & Ponterio,1995a,1995b وبعضها نشيط جدا، ويمكن ضمها معاً للحصول على العديد من الرسائل في موضوعات محددة من مشتركين عديدين.
- **(المشروع الجماعي Collaborative Project)** وميزته إنه يجسد أمام الطالب عالم حقيقي من أنشطة الفصل (Rayer,1997) ويمكن إعداده من قبل طلاب أكثر من مقرر تدريسي في أكثر من مكان بالعمل معًا في مشروع جماعي مشترك، وتبادل الأفكار فيما بينهم، باستخدام البريد الإليكتروني. وأيضا من بين هذه الأدوات (حجرات الدردشة Chatting rooms) و(الجماعات الإخبارية Newsgroups) وقواعد المعلومات الإليكترونية المتوافرة على الإنترنت Databases، والمراجع والموسوعات والقواميس والأدلة والبرامج التعليمية... الخ.
- **(الدوريات الإليكترونية e-Journals)** والتي تهدف إلى تطوير مهارات اللغة لدي الطلبة الأجانب، بما تتضمنه من روابط مرجعية وتوفرها لخلفية معلوماتية، ومعظمها يركز على التكنولوجيا والنشر الإليكتروني ومن بينها Language Learning &

Technology ومنها ما ينشر بحوثا حول قضايا مرتبطة بتكنولوجيا وتعليم اللغة Electronic Journal TESL-EJ.

كما تعد الإنترنت بإمكانياتها من الوسائط المتعددة والروابط المرجعية وعرض المادة بعدة أشكال من نصوص وصور وتسجيلات صوتية ولقطات مرئية وعوالم إخراجية وبرامج متميزة مثل جافا سكريبت و CGI وسيلة متميزة لتعلم اللغة في بيئة تعليمية مثيرة وجذابة.كما تتميز بتوافر الـ Streaming media and Video وهي تكنولوجيا تسمح بربط التلاميذ مع الناطقين الأصليين للغة ونقلهم بشكل افتراضي إلى فصول دراسة اللغة الإنجليزية كلغة ثانية، كما يمكنهم مشاهدة الأخبار الأفلام والموسيقي والأغاني منقولة في ذات الوقت real-time.

مفردات المقرر التعليمي لتدريس المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية:

يمكن استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية لتدريس المقررات الصحفية باللغة الإنجليزية بحيث يتضمن المفردات التالية (بعد تحديد أهداف المقرر وتوصيفه، وتحديد نوعية دارسيه ومستواهم):

أولا- المهارات المعرفية المتعلقة بالإنترنت:

التعريف بالإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة، وإمكانياتها الاتصالية، والمصطلحات والمكونات الأساسية لها، وطرق الاتصال بها، و التعريف بمعالم متصفحات الإنترنت وإمكانياتها، وبيان أفضل طرق البحث عن المعلومات، وأفضل طرق استخدام محركات البحث، وأسس تقييم المواقع، وكيفية تقييم المعلومات المتوافرة على الإنترنت، والإمكانيات الاتصالية للبريد الإليكتروني، والجماعات الإخبارية، والقوائم البريدية وكيفية نقل الملفات، والمشاركة في حجرات الدردشة، وكيفية تحميل البرامج من الإنترنت، ورصد التطورات التكنولوجية الجديدة، سواء من أجهزة ومعدات وتقنيات .

ثانياً- المهارات المعرفية المتعلقة باللغة الإنجليزية:

التعريف بمواقع تعليم اللغة الإنجليزية ؛ في مجالات القراءة، والكتابة، والمحادثة، والقواعد اللغوية، والكلمات والاستماع... الخ، وكذا بالمواقع التي تعرض لاختبارات وتمارين نصية وتفاعلية وجرافيكية تسمح بتطوير المهارات اللغوية، مع التأكيد على المواقع التي تعني بتدريس المهارات اللغوية الإنجليزية لدي الصحفيين، وكذا التعريف بالمواقع المتخصصة في الترجمة، وتلك التي تعرض لقواميس ومراجع ومصطلحات ومفردات لغوية، وأيضا بالمواقع المتصلة بالجهات والمؤسسات المعنية بتدريس اللغات الأجنبية، ومواقع الكليات الإعلامية المتخصصة ومقرراتها ذات الصلة، وتلك التي تعرض موادها المتخصصة في أشكال صوتية ومرئية وجرافيكية، والتعريف بالجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وحجرات الدردشة المتخصصة في تعليم اللغات الأجنبية.

ثالثاً- المهارات الصحفية على الإنترنت:

تعليم الطلبة مهارة جمع المعلومات الصحفية من مصادر الأخبار والمعلومات المتوافرة على الإنترنت، وتقييم المعلومات الصحفية وتحليلها، ومهارة التغطية الصحفية للأحداث والموضوعات، وكيفية إجراء الاتصالات الصحفية من خلال المشاركة في الأدوات الاتصالية والصحفية التي تتيحها الإنترنت، والتعريف بإمكانيات الشبكات والخدمات الإليكترونية الفورية ومحتوياتها، وبالأدوات الصحفية المساعدة مثل أجنده الأعمال والمواعيد، والمراجع والقواميس والموسوعات وقواعد المعلومات والأرشيفات الصحفية والخرائط، وأدلة التليفونات والمواقع، وكيفية العثور على الأشخاص، والوثائق والإحصائيات والمكتبات الإليكترونية... الخ، وكيفية بناء صحيفته الخاصة على الإنترنت Create his own newspaper، واختيار المواد الصحفية التي تتلائم مع اهتماماتهم وميولهم، ومساعدة طالب الصحافة على بناء صفحة بيته His Own Home Page الخاصة، وتعريفه بمعلومات خلفية ذات مضامين متنوعة عن دولته وعن دول أخرى وعمل تقارير وبروفيلات عن صناع الأحداث، وإرسال واستقبال المواد الصحفية والانضمام

إلى جماعات صحفية وإخبارية، وتطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، واستخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية مثل التغطية باستخدام الكمبيوتر Computer-assisted reporting وكيفية المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وممارستهم، وتطوير طرق اتصاله بقرائه، عبر الوسائل التفاعلية التي توفرها الإنترنت.

مشكلات الإنترنت في تدريس المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية:

بالرغم من المزايا العديدة للإنترنت، فإن هناك العديد من المشكلات في استخدامها أما كوسيلة تعليمية أو كقناة صحفية. فمن النواحي التعليمية يعاني النظام التعليمي في معظم دول العالم الثالث من العديد من المشكلات، فضلاً عن محدودية تبني المؤسسات التعليمية في هذه البلدان لوسائل تكنولوجيا التعليم الحديثة، في ظل تراجع مقومات العملية التعليمية، بما فيها ضعف مستوى إجادة أبنائها للغات الأجنبية، ومحدودية إمكانيات الاتصال بالإنترنت وهو ما يحول دون الاستفادة القصوى من الإمكانيات التعليمية للإنترنت ومن إمكانية الاستفادة من المناهج والطرائق التعليمية الحديثة المتوافرة عليها.

ومن ناحية أخرى، فإن ثمة فجوة بين الواقع الإعلامي وبين الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا في معظم الدول العربية، وكذا تعاني كليات الإعلام بها من انخفاض مستوى التعامل باللغة الإنجليزية لدي معظم طلابها، فضلا عن قلة عدد المقررات التي تدرس باللغة الإنجليزية، وعدم شيوع استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة بين أروقتها، مما يعوق إمكانية استخدام الإنترنت في تطوير المهارات الإعلامية لديهم. ومن ناحية ثالثة، فإن هناك العديد من المحاذير المرتبطة بالطبيعة الموضوعية للإنترنت ومدي مصداقيتها، واختلاط الغث بالسمين من المعلومات على مواقعها... الخ وهو ما يحتاج إلى وضع ضوابط لاستخدامها.

مشكلات الإنترنت في تدريس مواد علوم الصحافة:

بالرغم من المزايا العديدة للإنترنت، فإن هناك العديد من المحاذير، فكما يقول (ketterer, 1998) فإن المعلومات على الإنترنت يمكن أن تضلل، كما تعلم، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات، كما أن الملاحة navigation عبر الإنترنت يمكن أن يستهلك وقتا كبيرا بلا جدوى، بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث، فضلاً عن أنها لا تقوم بدور المقيم لأهمية المعلومة، ولا تقرر ما إذا كانت ذات مصداقية أم لا، أو ما إذا كانت يجب أن تدرج ضمن المادة الصحفية أم لا، فهي مهام تتم من قبل صحفيين مدربين، كما أن التعامل مع الإنترنت يقتضي إجراء فحص مزدوج Double Check للمعلومات ولرسائل البريد الإليكتروني للتأكد أنها جاءت ممن إرسالها، وكذلك التأكد من نوعية المصادر المشاركة في الجماعات الإخبارية ومدي أهليتهم وجدارا تهم الصحفية.

ومن ناحية أخرى، يفرض الاستخدام المتزايد لتقنيات متعددة لجمع الأخبار، مواجهة أنواع جديدة من مشكلات أخلاقيات العمل الصحفي، فضلاً عن القضايا التقليدية المتعلقة بتوافر الدقة والعدالة والخصوصية والصحة والموضوعية... الخ Steel & Cockran 1995.

ومن ناحية ثالثة، فإن جل المواد الصحفية والمعلومات وطرق تدريس الصحافة المتوافرة على الإنترنت، مكتوبة باللغة الإنجليزية، ومعدة وفقًا لمناهج الفكر الغربي وفلسفاتها الصحفية والإعلامية، وهو أمر يضع قيودًا على انتشار استخدام الإنترنت في الدول التي لا يجيد أبنائها التعامل مع هذه اللغة من جهة، كما يجعل أساتذة الصحافة في دول العالم الثالث خاصة، مطالبين بتوعية الطلاب بالأفكار والمفاهيم والفلسفات الصحفية الأخرى، التي يتغافلها الطرح الغربي في تناوله لطرق تدريس الصحافة وعلومها، مع بيان القضايا الإعلامية الأخرى المرتبطة بها كالتدفق الإخباري، والهيمنة الإعلامية... الخ وآثارها على العمل الصحفي وأخلاقياته وممارساته.

ولمساعدة الطلاب على تجاوز المشكلات الفنية للإنترنت، ينبغي تعليمهم كيفية اختيار المصادر على الويب، وتقييمها بشكل انتقادي، وكيفية التأكد من دقة المعلومات ومصداقيتها، فكما يقول (Gunartne and Lee, 1996) بأن على معلمي الصحافة تدريس طلابهم كيفية البحث في الإنترنت لتحديد البيانات ذات الجدارة الإخبارية وكذلك المصادر الإنسانية كما هي موجودة في العالم الطبيعي، كما ينبغي تحديد نوعية الروابط Links المستخدمة للوصول إلى معلومات ذات مصداقية، فاستخدام محركات البحث كأداة للوصول إلى المعلومات، يستغرق وقتا كبيرا، ويعطي فرصة لذهاب الطلبة إلى مواقع لا تتوافر فيها معلومات ذات مصداقية، كما ينبغي التحقق من الأسماء والعناوين والتواريخ، واستخدام البوك مارك Bookmarks، والاستعانة بالمواقع غير الربحية والخاصة بالمنظمات والحكومات، وتلك التي تتجدد معلوماتها باستمرار، والاستعانة المواقع التي تحتوي على وثائق أكثر فائدة من غيرها، وكذا بالمواقع التي تحتوي على روابط أفضل من غيرها، كما ينبغي تحديد المواقع والروابط الملائمة لمحتوي المقرر الدراسي ولتكليفاته، وتقديم المقرر بشكل مختلف مثل الروابط، تصنيف المعلومات، الكتابة بطرق مختلفة، ودمج الصوت والصورة... الخ.

الفصل الثاني

الصحفيون والإنترنت

تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الصحفي

لا شك أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد أثرت في مظاهر مجتمعية عديدة بما أفرزته من تقنيات ووسائل مستحدثة، وبما أثارته من قيم وعادات وممارسات وطرائق جديدة وغير مألوفة. وعلى مدار العقود الثلاثة الماضية حظيت دراسة طبيعة هذه التأثيرات باهتمام الباحثين، مستخدمين في ذلك عدة مداخل، فدرس بعضهم العلاقة بين خصائص تكنولوجيا الاتصال وخصائص الأفراد الذين يستخدمونها، وعنى باحثون آخرون بدراسة المقومات الإنسانية لعمليات الاتصال التي تتم باستخدام هذه الوسائل الجديدة، وقاموا بتحليل العوامل النفسية والاجتماعية وأيضًا العوامل المتعلقة بالسياق المجتمعي الذي تتم فيه هذه العمليات الاتصالية، واهتم باحثون آخرون بدراسة طرق نشر وتبنى الوسائل التكنولوجية الحديثة، وركزوا على العوامل التي تسهم في زيادة تبنيها، كما عنى باحثون آخرون بتوصيف التغيرات الفردية والاجتماعية التي تحدثها الوسائل التكنولوجية الجديدة.

ولتكنولوجيا الاتصال عدة تعاريف، تتوقف على طبيعة الموقف منها، فبينما يؤمن البعض بمقولات الحتمية التكنولوجية Technologies Determinist، فإن البعض الآخر يؤمن بفكرة بالليبرالية التكنولوجية، فالفريق الأول يرى أن الحتمية من طبيعة التكنولوجيا، وأنه لا مفر ولا مهرب منها، وأنها مقبولة ومرغوبة في كل مجتمع، يأمل في التقدم، و أن كل أشكال المجتمع مرتبطة بشكل أو أخر بعمليات وتكنيكات السيطرة التكنولوجية، ومن المفترض وفقًا لهذه النظرية أن تكون التكنولوجيا محايدة،

وأن أي فشل في استخدامها، فإنما يرجع للتخلف الثقافي والتعليمي في المجتمع، وليس التكنولوجيا في حد ذاتها، وتسود وجهة النظر هذه بين التكنولوجيين فيما يسمي بأيديولوجية التكنولوجيا، وهي أيديولوجية تخلق على الوجه الآخر أيديولوجية مضادة لاستخدام التكنولوجيا، وتقوم فكرتها على أن التكنولوجيا ضارة في طبيعتها، وتجلب الكثير من المشاكل والآثار السلبية، مثلما تجلب الكثير من الفوائد للناس والمجتمع والبيئة Alwai (Dahlan, 1995)، وهو توجه الفريق الثاني، فريق الليبرالية التكنولوجية Technological Liberal الذي يرى أن التكنولوجيا ليست ضارة في حد ذاتها، وأنها لا ترث بالضرورة السوء، ولا تمثل مشكلة، ولكنها يجب أن يتم استخدامها وفقا لمعايير المسئولية الاجتماعية، مع ترشيد اتخاذ القرارات المتعلقة باستخدامها (Jarice Hanson, 1994, p).

وبينما يُقصر البعض تعريف تكنولوجيا الاتصال على أنها "أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات" أو"أنها الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها" أو "هي الحصول أو اكتساب ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية والمصورة والصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الإليكترونية وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر"، (Pavilk, 1996, p405) فإن البعض الآخر يعرفها بأنها تطبيق منظم للمعرفة العلمية لأداء مهام عملية للبشر ومجتمعاتهم (Alwai Dahlan,1995).

وبينما يفرغ البعض "التكنولوجيا" من المعني الثقافي والاجتماعي لها، فإن البعض الآخر ينظر إليها وفقا لرؤية شمولية متكاملة متضمنة التكنولوجيا والمعلومات والمجتمع معا، حيث يعتبرون التكنولوجيا وسيلة ضرورية لإنجاز المهام، وتيسير تحقيق أهداف البشر، طبقا لقيم مجتمعاتهم، وتلبية لرغباتهم في تشكيل مجتمع أفضل، وهو ما يعني أن التكنولوجيا تتضمن أشكالاً ثقافية وتنظيمية ولا تقتصر فقط على الجانب التقني، فالتكنولوجيا هي جزء متكامل في منظومة اجتماعية أكبر، ووفقا لهذه الرؤية لا تحدد التكنولوجيا في حد ذاتها البدائل المطروحة أمام البشر، ولكن من يتحكمون فيها،

فالتكنولوجيا ليست حتمية، ولكن القوة المجتمعية هي الفاعلة والمؤثرة، حيث يتقرر اتجاه التكنولوجيا بفعل تركيبة من العوامل الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، فضلاً عن العوامل الخاصة بالتكنولوجية ذاتها مثل السعر والمصداقية والسهولة وبساطة الاستخدامuser friendly وإمكانية الاستعمال (Pavilk, 1996, pp58-60) ... الخ.

ولتكنولوجيا الاتصال الحديثة علاقة واضحة بالمجال الصحافي، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات، وسرعة جمعها، وطرق معالجاتها، ووسائل إنتاجها، وسبل انتقالها وتوزيعها، وتضاعفت القدرة على تخزينها واسترجاعها، واستقبالها، وعرضها، وحفظها، وتوظيفها، وهي مهام تقع في صميم العمل الإعلامي والصحفي، وتركت آثارها عليه، كما أثارت الأمل مجددًا في إمكانية تجديد شباب العمل الصحفي، وإعادة الحياة والفاعلية إليه، واضطلاع الصحافة بدور مهم في عملية صناعة الأخبار والمعلومات في المجتمع (Fidler, 1994) وتطوير الأداء الصحفي، وخلق ممارسات صحفية جديدة، وتيسير أداء المهام التقليدية، ومواكبة الثورة المعلوماتية الجديدة... الخ

وقد مرت الصحافة الحديثة بعدة مراحل في استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة، حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الإليكتروني، لتمثل بذلك بداية تحول الصحف إلى استخدام الأنظمة الرقمية (Fidler, 1994)، وفي هذا الوقت أيضا ومنذ حوالي 30 عاما تقريبًا دعا Philip Meyer إلى استخدام الكمبيوتر في جمع الأخبار فيما عرف بصحافة التدقيق Precision Journalism كوسيلة تساعد في تطبيق أساليب العلوم الاجتماعية والنفسية في التغطية الصحفية (Garrison 1996). وحتى منتصف الثمانينات لم يطبق الصحفيون هذه الرؤية بشكل متكامل في معالجة قصصهم الصحفية، لأنها كانت تقتضي استخدام أنظمة حاسبات كبيرة ومعقدة، ولكن وبالتدريج بدأت تقنيات معالجة المعلومات القائمة على استخدام الكمبيوتر تدخل إلى مجال معالجة الأخبار في الصحافة، حتى قال البعض إنه لا يوجد اختلاف كبير بين عمل المندوبين الصحفيين وعمل العلماء الاجتماعيين، فكلاهما يدرسون السلوك البشري ويجمعون المعلومات ويحللونها وينشرونها.

ومع بداية التسعينات بدأت تدخل أجهزة الكمبيوتر بشكل مكثف إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وفي بلدان أخري عديدة، حيث بدأ استخدامها في الكتابة والتحرير والصف والجمع الإليكتروني، وبدأت بعض الصحف تتحول إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الإليكترونية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج، كما بدأت هذه الصحف تحول ملفاتها من القصاصات الورقية إلى ملفات إليكترونية، وزادت عمليات التشبيك الإليكتروني ما بين قواعد البيانات والمعلومات المتاحة أمام الصحف، وتم ربط بنوك المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية، كما تصاعد نجم قواعد المعلومات التجارية، وتنوعت خدماتها المعلوماتية والصحفية (Catherine,1995).

وفي التسعينات أيضًا، ومع تطور خطوط الاتصال وتقنياتها، وانخفاض تكلفة أجهزة الكمبيوتر، وتنوع أحجامها، أصبح المندوبون قادرين على الاتصال بالنشرات الإليكترونية المحلية والإنترنت (Catherine,1995). وبفضل التقدم في الاتصالات السلكية والأقمار الصناعية، فإن النصوص والصور والجرافيكس يمكن أن تنتقل الآن بالفاكسيملي من قارة إلى أخرى، كما تمكن الصحف من الطباعة في أكثر من مكان في نفس الوقت، وظهر هذا التطور في زيادة القدرة على التخزين الرقمي للصور، والاتجاه الحالي نحو الرقمنة الكاملة لكل مراحل الصورة من الكاميرا إلى المسح الضوئي إلى الإنتاج إلى معالجة الصور، حتى يتم عرضها على الشاشة، لإضافة اللمسات إليها وإخراجها، كما تزود وكالات الأنباء الكبرى مشتركيها بوسائل استقبال الصور الرقمية، بالإضافة إلى إنه أصبح بمقدور الصحفيين كتابة وطباعة مقالاتهم وإدخالهم مباشرة إلى الكمبيوتر، فالتطورات الحديثة لم تجعل الصحفيين مضطرين للبقاء بصفة دائمة في الصحيفة نفسها (UNESCO, 1997, p114 –115) وساعدتهم على القيام بأعمال لم يكن بمقدورهم القيام بها من قبل، كما أدت إلى تنوع طرق جمع القصص الصحفية، وتحسنت طرق اتصالهم المباشر بالمصادر، وتوافرت أمامهم عدة أدوات متخصصة تيسر لهم أداء مهامهم... الخ.

ووجد الصحفيون أنفسهم أمام نظام تكنولوجي جديد، ومهام ومسئوليات جديدة، وتفاوتت مراحل تبنيهم للوسائل الجديدة.وفي ظل هذا التطور بدأ يتزايد الاهتمام بتوجه مايور وأصحابه، وأصبح مفهوم التغطية الصحفية الاستقصائية باستخدام الكمبيوتر Computer –Assisted Investigating Reporting يشتمل على جمع وتحليل المادة الصحفية عن طريق وسائل وقواعد البيانات الإليكترونية، وتحليل السجلات الإليكترونية العامة، وبناء قواعد معلومات نموذجية موثقة.

وبدأ استخدام الكمبيوتر كأداة للجمع والتقصي عن المعلومات وللوصول إلى الوثائق والسجلات، وتحليل قواعد البيانات، وإن لم تتحول هذه الطريقة الجديدة إلى أسلوب شائع في كل الصحف، نظرًا لتباين مجتمعاتها وإمكانياتها، وإن ظهرت بعض البرامج التي تدعم تواجدها مثل البرنامج الذي اخترعه الصحفي Elliot Jaspin الفائز بجائزة بوليتزر وهو برنامج Nine Track Express لمساعدة الصحفيين على تحليل الوثائق العامة باستخدام أجهزتهم الشخصية (Pavilk1996, pp6-8) (Kate McKenna, 1993) وكذلك زيادة عدد المعاهد والكليات والمراكز المتخصصة في علوم هذا الفن الجديد، والذي أصبح يعد من بين العلامات الفارقة cutting edge في تاريخ جمع الأخبار الصحفية، وواحد من أبرز التحولات التكنولوجية في مجال التغطية الصحفية.

وبدت الصحافة مع منتصف التسعينات تتطلب مستوي معين من التخصص الفني والصحفي والمعلوماتي (Garrison 1996) وبدأ يتزايد إدراك الصحفيين لأهمية وقيمة الكمبيوتر والإنترنت وقواعد المعلومات والوسائل التكنولوجية والاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية كصحفيين، وبدأ يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد (Garrison, 1997)، وهو ما جعل استخدام الكمبيوتر في الصحف من أجل جمع المتن، وتحليل الإحصائيات، وتصميم الصفحات، وعرض الجرافيكس شيئا أساسيا.

وقد أفرزت هذه التطورات ظواهر متناقضة في عالم الصحافة سواء ما بين صحف دول معينة أو غيرها، أو داخل الصحيفة الواحدة، فبينما يقوم بعض الصحفيين الآن بجمع الأخبار وكتابتها وتحليلها وتحريرها وتوضيبها باستخدام هذه التقنيات الحديثة،

وهو ما ينعكس أثره على مضمون وشكل الصحيفة Fidler,1994، فإن هناك صحفيين آخرين، أما لم يستخدموا هذه التقنيات الحديثة بالمرة أو مازالوا يستخدمونها لأداء مهام تقليدية، ويتبعون نفس الوسائل التقليدية في جمع المادة وحفظها وتحريرها واسترجاعها... الخ.

وبدأ في الساحة الصحفية، وكأن هناك فريقين: فريق يسمي Technojournalists والذين يجمعون بين مهارات التغطية، وأدوات التعامل مع المعلومات الجديدة، وتكنيكات إدارة المعلومات (Catherine,199)، وفريق أخر يسمي Traditionjournalists مازال يستخدم الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي في بيئة تقوم على التكنولوجيا.

وتتعدد وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي، ويمكن تقسيم كالتالي:

1- وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إليكترونيا ومن بين وسائلها الكمبيوتر[1] وقواعد المعلومات، والإنترنت، والتصوير الإليكتروني والتصوير الرقمي / الإليكتروني، والأقمار الصناعية، والماسحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية... الخ.

---

(1) يلعب الكمبيوتر الشخصي دورًا مهما في تطور الاستخدامات الصحفية للتكنولوجيا الحديثة، بل وقد يؤدي إلى تغيير جوهر العمل الصحفي، وصناعة الأخبار **Garrison, 1996**، وتوجد عدة استخدامات للكمبيوتر في مجال الصحافة منها **(Catherine, 1995)**:

1- **الاتصال Communication** لجمع المعلومات وكأداة لتبادلها من خلال النشرات والبريد الإليكتروني.

2- **البحث عن معلومات خلفية Background Research** حيث تستخدم قواعد المعلومات المحلية لاستكمال الموضوعات الصحفية، وكذلك قواعد معلومات الصحف الأخرى والتي ترتبط فيما بينها بالكمبيوتر.

3- **البحث عن الموضوعات والقصص الصحفية Research Story** ويساعد في ذلك قواعد البيانات الإليكترونية التجارية والحكومية، وتحليل البيانات والمعلومات من المصادر والسجلات والوثائق.

4- **التنظيم Organization** حيث تستخدم برامج الكمبيوتر في تنظيم المعلومات والمواد الصحفية و إعداد الملفات والرسوم البيانية والتوضيحية.

5- **الكتابة** والجمع ومعالجة المادة الصحفية **Word Processing**.

2- وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقميًا ومن بينها الكمبيوتر، والنشر الإليكتروني، وDigital Darkroom، وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.

3- وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، وتقوم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفاتها ووثائقها، وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.

4- وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس، والأقمار الصناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية، وشبكات الألياف، والكابل ... الخ.

5- وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها أجهزة الكمبيوتر، والأجهزة الرقمية الشخصية Personal Digital appliances, Flat Panel Screens.

6- وظيفة التحرير الإليكتروني، وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإليكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والأعراب والإملاء، بل وتوجد برامج لكتابة القصص الأخبارية بشكل إلي باستخدام طرق التغذية الإليكترونية للبيانات e-data feeds، وذلك في مجالات عديدة مثل الاقتصاد والرياضة، وفي المواد الصحفية التي تتضمن إحصائيات مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات، وهو ما جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج، حتى قال البعض أن الصحافة نفسها يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة (Pavilk1996, p215).

7- وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية، وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي، ومعالجة الصور والجرافيكس.

وبالرغم من المزايا العديدة التي توفرها الوسائل الحديثة للصحافة، إلا أن ثمة عديد من المشاكل التي لم تحل بعد، مثل سهولة الاتصالات بين الصحف وقواعد

المعلومات وسرعتها(1)، وقلة خبرة الصحفيين في التعامل مع هذه التقنيات الجديدة، وحاجة التعامل مع الملفات الإليكترونية لبعض الوقت مقارنة بالملفات المطبوعة، وتراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي، بفعل تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام، وإن كان البعض يرد على ذلك، بان التقنية توفر جهد الصحفي وقته في أداء الأعمال الروتينية، وتراجع دور الصحافة كحارس بوابة تقليدي، وكمفسر للأحداث والمعلومات، حيث تؤدي التقنيات الحديثة إلى ربط الجمهور

(1) تعد قواعد البيانات وخدمات المعلومات الإليكترونية من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تؤثر بشدة في عالم الصحافة، كما تعد واحدة من أكثر الصناعات ديناميكية في هذا العقد، وتعد أيضا تطورًا طبيعيا في عالم الاتصال بعد ثورة الطباعة، والتلغراف والتليفون والتليفزيون، فهي تعمل على توفير كم كبير من المعلومات من الصحف ووكالات الأنباء والوثائق والنشرات. ويوجد نوعان من خدمات المعلومات المباشرة **Online Services** منها الخدمات التجارية مثل أمريكا أون لاين وكمبيوسيرف وبروديجي، وهناك خدمات خاصة مثل **Nexis / Lexis, Auto Track Plus (Jacques, 1994)**. فضلاً عن المئات من الخدمات الصحفية الإليكترونية مثل نيوزنت، ونيوزفلاش، ونيوزبيكتشر **News Net, News Flash, News Picture** وهذه الخدمات تقوم بجمع المعلومات من وكالات الأنباء وتعيد توزيعها لمشتركيها، وكذلك يوجد العديد من قواعد المعلومات تستخدمها بعض الصحف مثل **Knignt –Ridder , VU/text, Mead Data Central, Nexis, Dailog, Dow Jones، وخدمات الـ audiotext Services (Pavilk,1997, pp 58-70)** وتمتلك معظم المؤسسات الصحفية في العالم المتقدم مثل هذه الخدمات إما للحصول على = خدمات وكالات الأنباء العالمية، التي تزودهم بأخر الأخبار العالمية، أو من خلال الاشتراك بإحدى خدمات قاعدة البيانات أو أكثر من خدمة في هذا المجال، وبها يمكنها من الاتصال المباشر بمصادر البيانات والمعلومات. وتفيد بعض هذه الخدمات في الأرشفة الإليكترونية للمواد الصحفية، فضلاً عن ربط الصحف بنظم الأرشفة الإليكترونية الأساسية في العالم من خلال خط اتصال مباشر لخدمة أبحاثها وتحقيقاتها الصحفية.

وقد تركز اهتمام هذه الخدمات في البداية على تزويد مشتركيها بالمواد النصية، لكنه تحول في السنوات الأخيرة إلى التركيز على الرسوم والصور والبيانات الرقمية. وقد أصبحت الآن أداة أساسية في عمل صحف كثيرة بفضل تحسن وسائل تصميم محركات البحث، وسهولة التحميل، والطبع، والانخفاض في السعر **(Garrison,1996)** وقد انعكس هذا التطور على نمو استخدام الصحفيين للخدمات التجارية والإنترنت، ونمو اشتراك الصحفيين في خدمات الآون لاين لتحديد وتوزيع المعلومات **(Lucinda,1996)**.

والفائدة الكبيرة للتغطية الصحفية باستخدام هذه القواعد هي تزويدها مستخدميها بكم كبير من المعلومات والأرقام والبيانات، والتنوع في المادة الصحفية، وجودة مصادر المعلومات، وتنوع طرق التعامل مع المادة الصحفية من شرح وتفسير وتحليل وتوثيق، وتيسير الوصول إلى الوثائق والتقارير الأصلية، فضلا عن السرعة والعمق.

بالمصادر الأخبارية الأساسية، وهو ما يزيد من ناحية أخري من دور القوي التجارية في تحديد توجهات المادة الصحفية ومضامينها. فضلاً عن التعارض بين الإبداعية الموروثة في عملية التصوير، وبين التداخلات الرقمية في معالجة الصور Steve (Dozier,1993) وإمكانية استغلالها بشكل غير أخلاقي... الخ.

كما يثير استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في العمل الصحفي العديد من الإشكاليات منها:أن التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا والاندماج بين وسائل الاتصال جعل من الصعوبة وضع إطار محدد لفهم طبيعة وشكل الوسائل الجديدة (Pavlik,1997,p5) وتأثيراتها بصفة عامة، وعلي العمل الصحفي خاصة، ومن ناحية ثانية بينما جلبت التكنولوجيا معها أسلوبا جديدا في العمل الصحفي، تعدلت بمقتضاه وتغيرت الممارسات الصحفية القديمة، فأنها أثارت في نفس الوقت العديد من التساؤلات مثل: هل ستؤدي إلى إلغاء الممارسات الصحفية القديمة أم ستتعايش معها؟. ومن ناحية ثالثة بينما كانت مشكلة الصحافة دائما هي ندرة المعلومات Scarcity of Information فأنها الآن أصبحت تعاني من الوفرة والتخمة المعلوماتية Information glut، وهو ما يثير قضية المعايير المستخدمة في تقرير طبيعة ونوعية المعلومات المهمة والملائمة للعمل الصحفي وللجمهور؟ وكيف يمكن التخلص من المعلومات غير المهمة وغير المفيدة ؟ومدي حاجة الجمهور لمثل هذا الكم من المعلومات، ومدي رضاه عن هذه الوفرة المعلوماتية. ومن ناحية رابعة، فإن العمل الصحفي حاليا في ظل التكنولوجيا الجديدة يقوم على إعادة إنتاج الكم المعلوماتي المتوافر، وهو أمر يثير التساؤل حول وظيفة العمل الصحفي، هل هو مجرد إعادة إنتاج لمضمون سابق، أم خلق منتج معلوماتي جديد، مع السعي لاختيار أفضل طرق توظيفه؟ ومن ناحية خامسة، فإن الوسائل الجديدة تركز على شكل المادة الصحفية وطرق إخراجها، وهو ما يثير من جديد قضية المضمون المقدم وطبيعته وتوجهاته، وأيهما أولى بالاهتمام الشكل أم المضمون أم الاثنين معًا.

وأيضًا من بين الأسئلة التي يطرحها استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال تأثيرها على الممارسات الصحفية هي: هل يمكن أن تتعايش العادات والممارسات الصحفية القديمة في بيئة تكنولوجية تقدم أفكار وقيم وأساليب جديدة؟ وهل سينعكس استخدام الوسائل الجديدة على أخلاقيات وممارسات العمل الصحفي؟ وهل ساعدت على خلق ممارسات صحفية جديدة؟ وإلى أي مدى توافقت مع الأساليب التقليدية في الممارسات الصحفية؟ وكيف تستخدم الوسائل الجديدة؟ و كيف يمكن رصد آثارها على العمل الصحفي؟ وإلى أي مدى أفادت العمل الصحفي؟ وهل أثرت على المضامين الصحفية؟ وعلي طرق كتابتها وتحليلها ومراحل انتقال بين الأقسام الصحفية؟ وهل استوعب الصحفيون هذه التقنيات الجديدة؟ وما هي طرق استخدامهم لها، وهل خلقت نوعا جديدا من الصحفيين بمواصفات ومهارات جديدة؟ وما هي طبيعة توجهات الصحفيين إزاء استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة ؟ وهل ستتغير طبيعة الأدوار المتوقعة من الصحفيين بفعل تغير طبيعة الوسائل التي يستخدمونها؟ وما هي التغيرات الحادثة على الصفات الصحفية التقليدية مثل الدقة Accuracy والتوازن Balance والمصداقية Credibility؟

الظواهر والقضايا الصحفية التي تثيرها الإنترنت

تثير الإنترنت في علاقتها بالصحافة العديد من القضايا المهمة، مثل ظاهرة العولمة أو الكونية Globalization وتخطي الحدود الوطنية أو السيادة القومية، وتهديد هويات العديد من المجتمعات الصغيرة لصالح اكتساح ثقافة وتقاليد المجتمعات الغربية، كما تثير من جديد قضية التبعية الإعلامية لمصادر المعلومات الغربية، وكذلك طبيعة توظيفها، وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع، أم في غير صالحه؟ وهل اختراقها للحدود، جاء على حساب انتهاك خصوصية الأفراد وحرماتهم Privacy ؟، وهل ينظر إليها الجمهور باعتبارها وسيلة موازية للصحيفة المطبوعة؟ وفي أي المجالات تستخدم؟، وهل تركز على المعلومات أم الترفيه؟، وهل هناك تأثيرات سلبية لاستخدامها؟ وهل

يؤدي غياب وجود حراس بوابة على الشبكة إلى معاناة مستخدميها من خطر التزاحم، ومن وجود معلومات غير ذات قيمة أو معلومات مضللة أو غير مصنفة بدقة ؟

كما تثير عدة تساؤلات حول تأثير الإنترنت على الوظائف التقليدية للعمل الصحفي، حيث قللت من أهمية وظيفة المراقبة أو رقابة البيئة، حيث الأخبار من القاع وتتولد من قبل أناس قريبين منها أو لهم مصلحة في نشرها، وليس فقط من قبل صحفيين "حراس بوابة" يقررون ما يستحق إن ينشر وما لا يستحق، كما قللت الإنترنت من أهمية وظيفة التفسير في الصحافة، حيث تكتظ بالآراء والتحليلات في قطاعات متعددة.

كما تثير ظاهرة التفاعلية في العملية الصحفية، أي بين الصحفي وقرائه، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المستقبل متلقيًا سلبيًا بل يلعب دورًا إيجابيًا ومؤثرًا في العمل الصحفي، كما أصبح بمقدوره، التحكم في المضمون الصحفي، من خلال عمليات الانتقاء والاختيار والتوليف Customization، مما يعطيه سيطرة أكبر على الأداء الصحفي، وهو ما يمكن إن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه، كمًا وكيفًا، كما تثير الإنترنت قضية أخلاقيات العمل الصحفي ومدي التزامها بآدابه من ضرورة التزام الدقة، وتحري الصحة، وابتغاء الموضوعية، واحترام المواثيق المهنية وحقوق الآخرين، وطبيعة القوانين الصحفية التي ينبغي أن تحكم العمل الصحفي الذي يمتد مجاله عبر الفضاء متخطيًا الحدود الجغرافية والسياسية... الخ، وما هو تعريف الصحيفة؟ وما هي مقومات وطبيعة المهارات المطلوبة من الصحفي في العصر الحديث؟ وما طبيعة الآثار الاقتصادية للعمل الصحفي عبر الإنترنت على اقتصاديات الصحف ومواردها؟ وكيف يمكن تطويعها لخدمة المؤسسات الصحفية؟ وهل ستحل الصحافة الإليكترونية محل الصحافة المطبوعة؟ وما هي طبيعة العلاقة بينهما في المستقبل؟

وبلا شك فإن تكنولوجيا الاتصال تفتح النقاش من جديد حول الظواهر الصحفية التقليدية مثل:

1- ظاهرة التحيز في المادة الصحفية، حيث توفر تكنولوجيا الاتصال الحديثة مادة معلوماتية غزيرة، ومصادر متنوعة، تتيح فرصة كبيرة أمام الصحف للاختيار من بينها، بما قد يقلل من ظاهرة حقن المادة الصحفية بمصالح واهتمامات وميول مصادر صحفية معينة. ومن ناحية أخري فإن بعض الوسائل الصحفية الحديثة تتيح أمام الصحف والمستخدم العادي إمكانية التنقل بين المصادر الصحفية، بفعل تعدد الروابط Links والتشبيك في العمل الصحفي، وهو ما قد يساعد في التعرف على وجهات نظر المصادر الأخرى في المادة الصحفية المطروحة.

2- ظاهرة مصداقية المادة الصحفية، حيث يثير تدفق المادة الصحفية عبر أجهزة إليكترونية مباشرة ومترابطة، قضية التعرف على المصدر الأولى للمادة، ومدي مصداقيته، ومدي التحوير والتعديل والتشويه والقص والنسخ الذي يحدث في المادة الصحفية الأصلية بفعل تدخل أطراف عديدة فيها.

3- ظاهرة موضوعية المادة الصحفية، ومدي تأثير تنوع وزيادة المصادر المتاحة، على توفير مناخ صحفي أكثر موضوعية يتيح مساحة أمام أكبر أمام وجهات النظر المختلفة.

4- ظاهرة حق القراء في المعرفة، فمع تنوع مصادر المعرفة، قلت ظاهرة الرقابة والتعتيم على المادة الصحفية، فضلاً عن زيادة عدد المصادر المتاحة أمام القراء للتعبير عن أنفسهم وإيصال أصواتهم

5- ظاهرة عمق المادة الصحفية، ومدي احتياج الجمهور لكم غزير من المعلومات، ومدي تغير طبيعة دور الصحافة بفعل تكنولوجيا الاتصال، وانعكاسات هذا التغير على أدائها لوظائف الشرح والتفسير والتحليل.

6- قضية المفاضلة بين نشر ما يحتاجه القراء أو ما يريدونه، حيث أصبحوا هم بأنفسهم قادرين على تحديد هذه الخيارات والتفضيلات التي يريدونها والتوقيتات التي يفضلونها بفعل تقدم تقنيات تكنولوجيا الاتصال مثل الـ Customized News، و News on Demand.

7- قضية تحديد طبيعة المهارات الأساسية والمطلوبة من الصحفيين، وأي نوعية منهم تناسب التعامل مع هذه البيئة الجديدة، وتأثير تكنولوجيا الاتصال على طبيعة الإبداع والخصوصية الصحفية والتفرد.

8- قضية العلاقة بين المصدر والمندوب، حيث أصبحت التكنولوجيا الجديدة توفر للصحفي معلومات أكثر مما قد يتوفر للمصدر ذاته، وهو ما قد يقلب موازين العلاقة بينهما.

9- قضية تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على البناء التنظيمي للمؤسسات الصحفية، وعلي حركة تنقل المواد الصحفية داخل الأقسام الصحفية، ومدي تغير طبيعة أدوار ومهام الصحفيين ومسئولياتهم إزاء المادة الصحفية، ومدي انطباق قيم المهنة التقليدية على الممارسات الصحفية الحديثة.

10- وأخيرًا فمن المؤكد أن ثمة ارتباطا وثيقا بين استخدام التكنولوجيا وبين وجود تأثيرات لها على الممارسات والأخلاقيات الصحفية، حيث يفترض التزام الصحفيين بالمعايير والممارسات الأخلاقية والصحفية التي تفرضها طبيعة المهنة بغض النظر عن الوسائل الصحفية المستخدمة (حديثة أو تقليدية) كما تظهر هذه العلاقة في طبيعة الاستخدامات الصحفية للوسائل التكنولوجية، وفي أي الأغراض الصحفية يتم استخدامها (Jarice Hanson,1994, p.6).

السمات الإعلامية للإنترنت

تتسم الإنترنت بعدة سمات متميزة من الناحية الصحفية من بينها:

1- التغطية الصحفية الفورية Latest & Updated Coverage:حيث تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الإنترنت، مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها in real time، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة الـ Breaking News التي توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة.

2- التغطية الصحفية الحية Live Coverage: حيث يمكن أن توفر الإنترنت تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها، وفي لحظة وقوعها، فضلاً عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية عن بعد. وتعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي على الإنترنت.

3- التغطية الصحفية المتعمقة In-depth Coverage: حيث تتوافر على الإنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات بطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما يوجد العديد من الروابط Links، والتي تحيل الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، فضلاً عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد معلومات وموسوعات ومراجع وقواميس... الخ والتي تساعد في استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته.

4- التغطية الصحفية التفاعلية Interactive Coverage: حيث تتيح الإنترنت إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإليكترونية الحديثة للقارئ، الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة

5- التغطية الصحفية الرقمية Digital Coverage: حيث توفر الإنترنت العديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام الفوري بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها في أي وقت، وهو أمر مهم في العمل الصحفي، حيث يوفر الجهد والوقت، كما يفتح آفاقا رحبة لأداء العمل الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.

6- التغطية الصحفية متعددة الوسائط Multimedia Coverage: حيث توفر الإنترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها مميزًا، مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة، وهي أمور تُفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع

الحدث، وتقربه من شخوصه ومصادره وأجوائه، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من إخبار وشرح وتفسير، فضلاً عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأبناط والأحجام والخلفيات والمساحات... الخ

7- التغطية الصحفية المتكاملة Comprehensive Coverage: حيث تجمع الإنترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر المارسة الصحفية، فهي مصدراً صحفياً يزود بالمعلومات، و أداة اتصال بالمصدر مثل التليفون والبريد الإليكتروني وجماعات النقاش، وهي وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات، وهي مكتبة وأرشيف ضخم... الخ وتساعد كل هذه العناصر على إمكانية قيام الصحفي بتغطية متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه.

8- التغطية الصحفية الذاتية Self –duty Coverage: حيث بمقدور الصحفي - باستخدام الإنترنت - القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده، من اختيار الموضوع، وجمع بياناته، والاتصال بمصادره، وكتابته، بل ونشره.

9- التغطية الصحفية المؤلفة Customized Coverage: حيث يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التي توفرها الإنترنت، وفقا لاحتياجات القراء من الأخبار والمعلومات، وتفضيلا تهم الصحفية واهتماماتهم وأوقاتهم وتنقلاتهم... كما يمكن أن تولف الصحيفة (مصادر الإنترنت) بما يتوافق مع احتياجاتها الصحفية وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية مثل Customized News Sources.

10- التغطية الصحفية الموضوعية Objective Coverage: حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات الإنترنت، ويمكن مقارنه توجهاتها ورؤيتها ومعالجاته له، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات.

11- التغطية الصحفية المستمرة Continuing Coverage: فالعمل الصحفي على الإنترنت لا يتوقف على مدار الـ 24 ساعة، بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر، فضلا عن السرعة في التغطية.

12- التغطية الصحفية اللامحدودة Infinite News Hole Coverage: لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت، تسمح بتغطية كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

ويمكن النظر في مستويات إفادة الصحف من الإنترنت من خلال عدة مستويات:

1- الإنترنت كمصدر للمعلومات: من خلال كونها أداة مساعدة في التغطية الإخبارية أو مصدر أساسي للأحداث العاجلة، واستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة، والاستفادة بها في إعداد الصفحات المتخصصة، والتعرف على الكتب والإصدارات الجديدة.

2- الإنترنت كوسيلة اتصال: من خلال كونها وسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين وتلقي رسائلهم عن طريق البريد الإليكتروني، وكذلك وسيلة اتصال بالمصادر، وعقد الاجتماعات التحريرية مع المراسلين والمندوبين.

3- الإنترنت كوسيط اتصال تفاعلي: حيث توسع فرصة مشاركة القراء عن طريق البريد الإليكتروني.

4- الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي: من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها أو ملخص لها أو قواعد للبيانات أو أرشيف الصحيفة أو إصدار جرائد ومجلات كاملة.

5- الإنترنت كوسيط إعلاني يدر دخلا للصحيفة.

6- الإنترنت كأداة لتسويق الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية، من خلال إنشاء موقع أو أكثر يقدم معلومات أساسية عن تطورها وإنجازاتها.

7- تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بالخدمات للمشتركين، وتقديم خدمات التصميم وإصدار الصحف والنشرات لحساب الغير. (علم الدين، الأهرام، نوفمبر 1998).

الاستخدامات الصحفية للإنترنت

تتعدد أنواع الاستخدامات الصحفية للإنترنت، ويمكن إجمالها كالتالي:

1- الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية، من مصادر متعددة، وبلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة.

2- الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوافرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد.

3- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية، وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.

4- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية، والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي.

5- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات، والمنظمات والدوريات الصحفية والاستفادة منها في عدة نواحي صحفية.

6- تطوير المهارات الصحفية للصحفيين، وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية، وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة.

7- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي، يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده وعناوينه الخاصة، واهتماماته وكتبه وقراءاته .... الخ حيث تتوافر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة متنقلة وأرشيف متحرك.

8- استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة Create his own newspaper والتي تحوي المصادر الصحفية المفضلة له، والتي تجلب له الأخبار التي يهتم بها

ويتابعها، كما تساعده على تصميم صحيفته المفضلة بالشكل الذي يروقه، والقيام - نيابة عنه- بمهمة السكرتير الخاص الذي يتولى جمع الأخبار والمعلومات الجديدة والمتنوعة ويصنفها بشكل منظم ومرتب ومتوافق مع ميوله واهتماماته.

9- بناء عالمه الصحفي الخاص his own home page، الذي يطلع من خلاله الآخرون على شخصيته وميوله وقراءاته واهتماماته وسيرة حياته وكتاباته وآرائه ومقالاته وإنجازاته وأعماله الصحفية.

10- الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسئولين... الخ

11- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة مثل أرقام التليفونات والعناوين والبريد الإليكتروني للمصادر والشخصيات والجهات التي يسعى للاتصال بها.

12- إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلي صحيفته ومصادره، من أي مكان، وبدون تكلفة تذكر، وبطريقة تساعده في الاستفادة المثلي من البيانات المتبادلة بينهما وتوثيقها وتصنيفها.

13- الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية، يتبادل معهم الخبرات الصحفية في موضوعات شتي، وبما يساعد في تطوير مهاراته ومعارفه.

14- الاستفادة من الآلاف القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوافرة على الإنترنت والتي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليها.

15- استكمال مقرراته التعليمية الصحفية على يد العديد من الأساتذة في جامعات متنوعة وصحفيين محترفين من صحف مختلفة، بما يعمق معارفه الصحفية ويطورها بشكل دائم.

16- تطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، حيث يمكن عقد مؤتمرات صحفية عن بعد، والاتصال بهم عبر البريد الإليكتروني، وعقد مؤتمرات فيديو، ونقاشات جماعية، وحجرات دردشة.

17- الإطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي، وعلي أفكار موضوعات صحفية مختلفة، والبحث عن زاويا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.

18- استخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية مثل التغطية باستخدام الكمبيوتر Computer-assisted reporting والتي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد ضخمة معلومات بشكل إليكتروني عبر جهازه الخاص وتحليلها والكتابة عنه.

19- المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخري، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وممارستهم وأدائهم.

20- تطوير طرق اتصاله بقرائه وتعميق علاقاته بهم، عبر الوسائل التفاعلية التي توفرها الإنترنت.

21- استخدام البريد الإليكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية، ولتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، والاشتراك في القوائم البريدية.

المراجع

Althaus, S. L. , Computer-mediated communication in the university classroom, Communication Education, 46,1997, pp158-174.

Alwai Dahlan, Information, Technology, and Society, Media Asia, Vol. 22, No. 3, 1995, pp128-131.

Andrew C. Gordan, Journalism and the Internet, Media Studies Journal, Sum 1995, v 9, n 3, p173.

Benson, T., Electronic –network resources for communication scholars, Communication Education, 43,1994, pp120-128.

Best, Linda The Nature of Teaching and Learning in the Multimedia Laboratory Classroom: Process, Activity, Problem-Solving, Engagement. 1997.

Bruce Garrison -, Tools Daily Newspapers Use in CAR, NRJ, Vol. 17,No. , 1-2 Winter-Spring 1996.

Bruce Garrison, Online Newsgathering Trends, 1994-96, paper presented to Ass. For Education in Journalism and Mass Com. Chicago, Aug. , 1997.

Bruce Garrison, Online Services, Internet in 1995 Newsrooms, NRJ, Vol. 18,No. 3-4, Sum/Fall 1997, pp79-93.

Bruce Garrison, Tools Daily Newspapers Use in CAR, NRJ, Vol. 17,No. , 1-2 Winter-Spring 1996.

Carl Stepp, The New Journalist, American Journalism review, April 1996,v18,n3, p18(6).

Carol Christopher, Journalists Skills in Digitized Newsroom, ICA, Montreal, May, 1997.

Catherine Mckercher, Computers and Reporters Newsroom Practices at Two Canadian Daily Newspapers, Canadian journal of Com. , Volume 20, Number 2, 1995

Chapele, C. , A framework for the investigation of CAKK as a context for SLA,CAELL journal,6(3), 2-8, 1995.

Charles Fleming, 1987, A Survey of instruction in Computer Use in Public Relations Programs in schools and Departments of Journalism, Ph. D., Oklahoma State Univ. , 1987.

Chip Rowe, A Journalist’s Guide to the Internet, Jan-Feb 1995, v17,n1,p30 (5).

Chrisptoper Moersch, Assessing Current technology Use in the Classroom, Learning & Leading with Technology, vol.26, n 8, May 1999.

Christopher, Harper, Online Newspapers: Goining Somewhere or Going Nowhere? NRJ, Vol. 17, No. ,304, Sum 1996, pp6-7.

Covington, William G. , Quick guide to the Internet for mass communication, Journalism and Mass Communication Educator 52,4 (1998),p86.

Cumming, C. , & McKercher, C. (1994). The Canadian reporter: News writing and reporting. Toronto: Harcourt Brace Canada.

Cynthia De Riemer, Commercial Databases Use in the Newsroom, Unpublished Paper, March 1991.

Cynthia Sunal, et al. , using the Internet to Create meaningful instruction, The Social Studies, Jan-feb1998,v89,n1, p13(5).

D. P. Wolfe, Newspaper Use of Computer Databases and Guidelines for Access, MA, Univ. of South Florida, Tampa, 1989.

Daniel A. Panici, New Media and the Introductory Mass communication Cpurse, Journalism and Mass Communication Educators, Spring 1998, pp52-60.

David J. Atkin, Newspaper Readership among College Students in the Information Age: The Influence of Telecommunications technology, Journal of the Association for For Communication Administration , May 1994, N. 2, p95-103.

David Morgan Going Online to Teach Journalism and Mass Communication, Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 79th, CA, Aug 10-13, 1996.

David Moursund, IT as Language and Content, Learning & Leading with technology, Feb2000, pp4-6

De Riemer, C. (1992). A survey of VU/TEXT use in the newsroom. Journalism Quarterly, 69(4), 960-970.

Debra Blum, Computers Put a Journalism Scholl on technology’s Leading Edge, Chronicle of Higher Education, v 38, N. 30, PA19-20, Apr. 1992.

December, Jhon, Units of analysis for Internet Communication, Journal of Communication 46,1, (1996) pp14-38

Derek H. T. Walker, Web Page Design As Student Learning, Department of Building and Construnction Economics, RMIT, 1997.

Dick and Reiser, Planning Effective Instruction, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1989.

Donald Middleberg and Steven Ross, The Media in Cyberspace, Paper presented at Columiba University, Mar 1996.

Drueka Jeanette et al. , research Skills for Journalism Students; From Basics to Computer- Assisted reporting, research Strategies, v 15, n 2, Spr 1997, p 60-67.

Dudley, A. , 1995, Communicative CALL, CAELL journal, 6(3) 25-33.

Edwin H. Gragert, the Internet Potential for an Education of Hope, On The Interent, Jan-Feb 1999, p18-22.

Elizabeth Weise, Does The Internet Change News Reporting, Not Quite, Media Studies Journal, Spr. 1997, v 11, n 2, p 159.

Endres, F. (1985). Daily Newspaper Utilization of Computer Databases. Newspaper Research Journal, 7(1), 29-35.

Ferguson, K., World Information Flows and the Impact of New Technology, Social Science Computer review, Vol. 16, No. 3, p252-67, 1998.

Friedland Lewis, and Sheila Webb, Incorporating online publishing into the curriculum, journalism and Mass Communication Educator, v 51, n 3, p54-65, Aut 1996.

Garrison, B. , Computer-assisted reporting, Hillsdale, Nj: Lawrencee Erlbaum Associates, 1995a. .

Giagocavo Gregory, How educators use the Internet, Media and Methods 33,1 (1996):30.

Hansen, K. A. (1990). Information richness and newspaper Pulitzer Prizes. Journalism Quarterly, 67(4), 930-935.

Hansen, K. A. , Ward, J. , & McLeod, D. M. (1987). Role of the newspaper library in the production of news. Journalism Quarterly, 64(4), 714-720.

Hanson-Smith, Elizabeth, Technology in the Classroom: Practice and Promise in the 21st Century. TESOL Professional Papers #2. , ED420993,1997.

Heidi Anderson, Cyberspace as Journalism Tool, Editor & Publisher 1996, Feb. 17, Vol. 29, No. 7, p141 (4)

Jacobson, T. , & Ullman, J. (1989). Commercial databases and reporting: Opinions of newspaper journalists and librarians. Newspaper Research Journal, 10 (2), 15-25.

Jacques Lesile, Morgues No More, American Journalism review, July/ Aug 1994, p41.

Jane B. Singer, Attitudes of Professors and Students about New Media Technology, Journalism and Mass Communication Educator, V 51, N. 2m p36-45, Sum 1996.

Jane B. Singer, Online Journalists: Foundations for research into Their Changing Roles, JCMC 4(1) Sept 1998.

Jarice Hanson, Connections: Technologies of Communication, Harper Collins College Publishers, 1994.

Javed , Syed, An Internet Guide for Language and Literacy Teachers and Researchers, 1996, ED405486.

Jean Ward and Kathleen A. Hansen, Commentary: Information Age Methods in a New Reporting Model, NRJ, Vol. 7, No. 3, Spr, 1986, pp51-58.

Jeel Haspel, Scott Michelman, Hints for conducting interviews Via the Internet, Communication: journalism Education Today, v 29, n3, spr 1996, p18.

Jerome Aumente, Survival Strategies for j-School Graduates, Niman Reports, Spring 1996, v 50, N 1, p36 (1)

John Eddy et al. , Technology assisted education, Education, Spring 1997, V117,n3,p478(3).

John Pavlik, Newsroom convergence, in Jhon V. Pavlik, and Everett E. Dennis, eds. , Demstifing Media Technology, Mountain View, C. A. , Mayfield Publishing, 1993.

John V. Pavlik , New Media Technology, Allyn and Bacon, Boston, 1996.

Jones, Steve, Using the News: An Examination of Value and Use of News Sources in CMC, Journal of Computer-Mediated Communication, v2,N. 4,Mar1997.

Joong –Kak Kook, Computers and Com Networks in Educational Settings in the Twenty- First Century, Educational technology, March-April 1997, pp56-59.

Kate McKenna, Chip Rowe, The Future is Now (The Introduction of Electronic Products by Newspapers, American Journalism Review, Oct 1993, N 8, V15, p16(7).

Katherine Fulteon, Michael Rogers, What is Journalism and Who is a journalist when everyone can report and edit news? Nieman reports, Sum 1994, Vol. 48, No. 2 , p10 (4).

Katherine Fulton, et al, What skills does the journalist require to take advantage of new technology, Nieman reports, Sum 1994, V48, n2, p19.

Kathleen A. Hansen and Jean Ward, Journalism Methodologies in a News Search Model, Research, Research Strategies, 1983, 1:4, pp. 167-175.

LeLoup, Jean; Ponterio, Robert Internet Technologies for Authentic Language Learning Experiences. ERIC Digest ED414770,1997.

Lillian L. Koenhorer, et al. , Highways heads: Information Superhighways Opening technology for Compus Newspapers, College media review, V 3, p 4-7, Fall 1994.

Lopez, Manuel, 1992, The Influence of the New Information Technologies on Barcelona Newspapers, Ph. D. University of Barcelona.

Lucinda Davenport, et al, Computers in Newsrooms of Michigan's newspapers, NRJ, No. 17, Vol 3-4, Sum 1996,pp14-27.

Margaret H. DeFleur, Computer-Assisted Investigative reporting, NJ: Lawrence Erlbaum Ass. , Inc. , 1997.

Mark Deuze, The Web Communicators: issues in research into Online Journalism and Journalists, first Monday,1998.

Mark Warschauer and Deborah Healey, Computers and Language learning, Lang. Teach. ,31,57-71,1998.

Mary McGuire, et al. , The Internet Handbook for Writers, researchers and Journalists, ISBN 1-895579-17-1, 1997.

McComb, M., Benefits of computer-mediated communication in college courses, Communication Education, 1994, 43, 159-170.

McGuire, Mary, et al. , The Internet Handbook for Writers, researchers and Journalists, The Internet Handbook for Writers, researchers, and Journalists, Trifolium Books Inc. , Canada,1997.

Merrill Morris and Christine Ogan, The Internet as Mass Medium, Journal of Communication, 56(1) Winter,1996.

Mohammed K Hamza, et al. , technology and Education between Chaos and Order, First Monday, V4,N3,March1999.

Noack David, Gathering Online News, Editor and Publisher, Sept 21, 1996, p31.

Norika, Hara et al. , Students' Frustrations with a Web-based distance Education Course, First Monday, Dec 1999.

Peter Meyer, Take a class Via Computer, New Choices, V. 39, No. 2m Mar1999, p69-7.

Philip Meyer, Precision Journalism, Bloomington, Indiana University Press, 1973.

Rafaeli & Why Should Communication researchers Study the Internet, Journal of Communication, 46,1, 1996. .

Rebekah Bromley, et al. , Impact of Internet on Use of Traditional News Media, Newspaper research Journal, Spr 1995, V 16, n. 2, p14-27.

Rebekah V. Bromley et al. , Impact of Internet on Use of Traditional News Media, NRJ(www.facnet.org/cgi-bin/nrj_search.cgi?row=7).

Rich Cameron and Eberts Mike, College reports Now in Cyberspace, Community College Journalists, v 22, n 2, p10-11, Spr 1994.

Riddick R. and King Elliot, The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic resources, San Harcourt Brace College Publishers, 1995.

Roberto Rodiguez, Democratizing the news media: New technologies may be changing journalism, 1996, Cox, Matthews & Associate.

Roger F. Fidler, The Emergence of Digital Print Media, Media Asia, Vol21, No. 3, 1994. p131-134.

Sandra D. Scott, The technological Challenge for Curriculum and Instruction, Journalism and Mass Communication Educator, v50, n2, p30-40, Sum1995.

Shedletsky, L., Computer-mediated communication to facilitate seminar participation and active thinking, Electronic Journal of communication, 3 (2). Available URL: http://cios.iic.rpi. edu/ getfile\Shedlet _v3n293.

Shelton A. Gunaratne and Byung S. Lee, Integration of Internet resources into Curriculum and Instruction, Journalsim and Mass Communication Educator, 51/2/sum, 1996, pp25-35.

Shipley, L., J., A Q- Methodologey Study of Faculty Attitudes Toward the Information Superhighway and the New technologies, Paper Presented at the meeting of the International Society for the Scientific Study of Subjectivity, Columbia, MO.

Soothill, K. , Grover, C. , A Note on Computer Searches of Newspapers, Sociology 31 (3) Aug 1997, p591-6.

Staci D. Kramer, Technology Can Make Photo Lie, St. Louis journalism Review, June 1994, V23, No167, P I (3).

Stan Ketterer, Teaching Students How To Evaluate and Use Online resources, Journalism and mass Communication Educator, Win 1998, v 52, n 4, p4.

Stan Ketterer, Untangling the Web: teaching Students How to Use Online resources and Critically Evaluate Information, Paper presented at the Annual Meeting of The Association for Education in Journalism and Mass Communication 80th, Aug 2, Chicago, 1997.

Stenson, N. , et al. , 1992, The effectiveness of computer –assisted pronunciation training, CALICO journal,9(4)5-19.

Steve Dozier, Enough with Technology, Content Versus Technological Development in Photo Journalism, Editor & Publisher, Sept 1993, V126, n36, p(9)

Tom Regan, The Digital Journalist, Nieman Reports, Spring 1997, v51, n1, p80 (1).

UNESCO, World Communication Report, The Media and the Challenge of the New Technologies, Paris, 1997.

Vernon, Mara Evonne, The Credibility News Photography in the Digital Age, MA, University of Nevada, Las Vegas, 1997.

Ward, J. , & Hansen, K. A. (1986). Commentary: Information age methods in a new reporting model. Newspaper Research Journal, 7(3), 51-59.

Ward, J., & Hansen, K.A. (1991). Journalist and librarian roles, information technologies and newsmaking. Journalism Quarterly, 68(3), 491-498.

Ward, J. , Hansen, K. A. , & McLeod, D. M. (1988). Effects of electronic library on news reporting protocols. Journalism Quarterly, 65(4), 845-852.

Williams, Wendy, Computer- Assisted Reporting and the Journalism Curriculum, Journalism and Mass Communication Educator, v 2, n1, Spr 1997, p 67- 71.

Wilson, Howard Alan, Desktop technology for Newspapers: Use of Computer Tool, ERIC ED388987.

نجوى عبد السلام فهمي، تجربة الصحافة الإليكترونية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ديسمبر 1998) ص ص 203–341.

محمد سعد إبراهيم، استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدي انعكاسها علي الأداء الصحفي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 1999، ص ص 105-144.

نجوى عبد السلام فهمي، العلاقة بين أولويات قضايا ومشكلات الكمبيوتر والإنترنت في الصفحات المتخصصة، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد التاسع والعشرون، جامعة المنيا، كلية الآداب، يوليو 1998، ص ص 235–275.

عدنان الحسيني، مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي، العدد الرابع، يناير 1998، ص ص 30-38.

عدنان الحسيني، واقع استخدام الإنترنت في العالم العربي، مجلة إنترنت العالم العربي، العدد السادس، مارس 1998، ص ص 24-34.

د. محمود علم الدين، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة، جريدة الأهرام، 23/ 11/ 1998.

محمود علم الدين، وأخر، الحاسبات الإليكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، 1997.

سمير محمود، صحافة عصر المعلومات، صحيفة الخليج، 23/ 10/ 1998.

الفصل الثالث

تيارات بحثية جديدة في دراسات الإنترنت

التوجهات البحثية الجديدة في مجال دراسة حراسة البوابة[1]

من بين أكثر التيارات البحثية استمرارًا وتطورًا في الدراسات الصحفية، تلك المتعلقة بحراسة البوابة ودور الصحفيين في اختيار وتقييم الأخبار (Shoemaker et al., 2009: 73-86) (Seth L., et al., 2009). وقد مر تطورها بعدة مراحل، حيث ركزت الدراسات الأولى منها، والتي أجريت منذ بداية الخمسينات على دور الصحفي الفرد في عمليات حراسة البوابة، بينما ركزت الدراسات التي أجريت في الثمانينات على دور المنظمات والمؤسسات والتقاليد المهنية والروتين في اختيار ونشر الأخبار (Shoemaker et al., 2009, p. 77) ، وإن حدث تراجع في الاهتمام بهذه الدراسات في أواخر الثمانينات مع زيادة القبول بتصوراتها الأساسية. وفي التسعينات، ومع زيادة الاهتمام بالدراسات الأمبيريقية والسيسولوجية، بدأ النظر لعملية حراسة البوابة في سياق تنظيمي مؤسساتي، وليس فردي، وهو ما ساعد على إعادة بريقها النظري، حيث سعي بعض الباحثين إلى وضع مصفوفة للمؤثرات التي تتحكم في عمل حارس البوابة متضمنة عوامل فردية وتنظيمية وروتينية وإعلامية واجتماعية(Shoemaker and Reese, 1996). وقد ساعدت مثل هذه المصفوفات في بيان طبيعة المؤثرات التي تشكل عملية اختيار ونشر الأخبار، كما نقلت دراسات حراسة البوابة إلى مرحلة ثالثة متميزة في تاريخها.

---

(1) لمزيد من التفاصيل أنظر Shoemaker, et al, (2009)، عن الصحفيين كحراس بوابة والتي استعرضت فيها تطور دراسات حراسة البوابة وأبرز الدراسات الحديثة في هذا المجال، ص ص 73-84. ودراسة السيد بخيت 2004 عن مقارنة حراسة البوابة بين البيئة التقليدية والإليكترونية، ودراسة Seth , et al.,2009:4-6.

وتكشف مراجعة هذه الدراسات عن أن معظمها ركز على المستوى التنظيمي من خلال التركيز على تحليل عملية حراسة البوابة ضمن مؤسسات أو سلاسل صحفية أو شبكات تليفزيونية. كما طرحت تساؤلات حول تأثير المتغيرات الديموجرافية على عملية حراسة البوابة (Weaver, et al., 2007)، وكذلك مدى الاختلاف في القيام بمهامها باختلاف النوع والعرق..الخ[1]

وبالرغم من إنه قد بدأ النظر لحراسة البوابة في إطار عدة سياقات، إلا أن ذلك لم يمنع مع العودة من وقت لآخر لجذور المفهوم، والنظر إليها في الميدان أو المجال الذي تتم فيه، واعتبارها نتاج تفاعل عدة عوامل تتم في ميدان/ حقل اجتماعي، وهو ما ساعد في تكوين رؤية أكثر دقة عن عملية اختيار ونشر الأخبار. كما سعت دراسات أخرى لتطبيق مفاهيم جديدة لتفسير هذه العملية، إذ بينما انبثقت البحوث الأولى لحراسة البوابة من مفهوم لوين (1951) عن حراسة البوابة، فقد سعت بحوث أخرى للاستفادة من تصور بورديه عن نظرية الحقل/ الميدان Bourdieu (1998)، حيث يتفاعل الصحفيون والمؤسسات الإخبارية مع بعضهم البعض في ميدان صناعة الأخبار. ويهتم تصور بورديه بمستويات التحليل والعلاقة بين الأبنية التي تشكل الظاهرة، ويرى أن الأبنية الكبرى كالبناء الاقتصادي ترتبط بالروتين التنظيمي وبالممارسات الصحفية وأنهما يتبادلان التأثير ، وإن كان ذلك لا يتم وفق نموذج هيراركي صارم، فسمات وروتين الوسائل الإعلامية يقلل من تأثير القوي الخارجية على حارس البوابة (Benson & Neveu, 2005, p. 9). وفي السنوات الأخيرة، بدأت دراسات حراسة البوابة تدخل مرحلة رابعة من تطورها، إذ إنه مع تزايد انتشار الإنترنت، بدأت تهتم هذه الدراسات بجوانب الاختلاف والتشابه في عمل حراسة البوابة في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية.

بصفة عامة وفرت الإنترنت ساحة بحثية جديدة لوظائف حراسة البوابة، حيث

(1) أوردت Shoemaker, et al, (2009) العديد من الدراسات في المرجع المشار إليه سابقًا، ص ص 73-86.

أجريت عدة دراسات لمقارنة طبيعة عملها باختلاف الصحف المطبوعة والإليكترونية (Cassidy, 2006)، (Singer (2001. وقد أسفرت هذه الدراسات عن جملة نتائج من بينها: أن البعض رأى عدم حدوث تغير في الصورة العامة لعملية حراسة البوابة بالرغم من زيادة تأثير تكنولوجيا الاتصال عليها، وإن زادت سرعة القيام بها، كما زادت أهميتها في البيئة الإليكترونية، وفي تفعيل وتنشيط الحياة الديمقراطية (Singer (2006. كما تغير وتطور دور حارس البوابة عن ذي قبل، بحيث أصبح يتركز ليس على تقرير ما الذي يجب أن يعرفه الجمهور، ولكن على مساعدته في تنظيم المعلومات المتوافرة لديه، بينما أشارت دراسات أخري إلى أن الروتين المتبع في الصحافة المطبوعة لا يزال يتمتع بسلطته في البيئة الجديدة (Singer (2005، وأنه بالرغم من التغير في وظيفة حراسة البوابة، فإنه يبدو من غير المحتمل أن تفقد أهميتها في القريب العاجل، وأنه بالرغم من تغير البيئة الإعلامية، فإن التصور العام عن عملية حراسة البوابة يجب أن يظل كما هو، وإن كانت قدرة الإنترنت اللامحدودة في نشر وتوزيع الأخبار والمعلومات، تصعب من مهام حارس البوابة، وتجعل من مفهوم حراسة البوابة غير ملائم ولا يتناسب مع طبيعة الإنترنت. كما خلصت بعض الدراسات إلى أن التغيرات التكنولوجية سوف تنتج تغيرات في طريقة عمل المؤسسات الإخبارية وكيفية أدائها لوظائفها، بل وأشار البعض إلى انهيار تأثير العوامل التنظيمية على عملية حراسة البوابة (Williams & Carpini,2004) وقد سعت بعض الدراسات الحديثة للتعرف على تأثر حراسة البوابة بتغير طبيعة بيئة العمل بفعل العوامل التكنولوجية واندماج بعض الوسائط الإعلامية التابعة لبعض المؤسسات تحت سقف واحد، لإنتاج ذات المادة الإعلامية بأشكال متنوعة Saltzis and (Dickinson,2008)(Seth , et al.,2009:4-6).

في ظل هذه التباينات، بدأت بعض البحوث تعيد النظر في المفهوم التقليدي لحراسة البوابة في ظل عصر المعلومات (Shoemaker et al., 2009، سواء على مستوى المصطلح أو الدور، فعلي مستوي المصطلح، بدأت تظهر مصطلحات جديدة، مثل مصطلح Faciliator و Disseminator، كبديل عن مصطلح حارس البوابة، ومصطلح مراقبة البوابة

Gatewatching كبديل عن حراسة البوابة (Burns, 2006. وعلى مستوى الدور، تم التأكيد على ضرورة قيام الصحفيين بعدة أدوار بالرغم من تقويض الإنترنت لأهمية هذه الأدوار قليلاً، في ظل توفيرها للمعلومات، وعدم اشتراط مرورها بالبوابات التقليدية، وزيادة إمكانية مساهمة المستخدمين في صناعة الأخبار، وبروز صحافة المواطن.

طرحت الدراسات الحديثة نماذج جديدة للنظر في عملية حراسة البوابة، تأخذ في اعتبارها تأثير التكنولوجيا، فمثلاً مقترب معدل من نظرية حراسة البوابة لتناول الأخبار، يتكون من أربعة مراحل هي: المندوب والمنظمة الإخبارية، واقتصادياتها، وتكنولوجيا جمع الأخبار في دراسة (Livingston and Bennett (2003. كما جمعت بعض الدراسات (Enli, 2007) بين عدة وسائل إعلامية صحفية وتليفزيونية واليكترونية، وقارنت بين النصوص التي تتلقاها محطات التليفزيون من الجمهور من خلال رسائل الموبايل، وبين تلك التي يتم بثها. كما أجريت دراسات حول ما يعرف بحراسة البوابة الثالثة، لوصف الدور الذي يقوم به العاملين في العلاقات العامة من مراجعة الطبعات الأولى من الصحف اليومية الرئيسية وتزويد مندوبي الصحف برؤيتهم لما نشر من أخبار، على أمل تصحيحها في الطبعات التالية، وهي ظاهرة منتشرة في الصحافة الكورية (Berkowitz, & Lee (2004 وإن اعتمدت عدة دراسات حديثة على ذات المفاهيم التقليدية عن حراسة البوابة، ومن بينها مفهوم المد الإخباري news subsidy ولكن من خلال تطبيقه على مجالات جديدة مثل البيانات الصحفية بالفيديو والموجهة للمؤسسات الإخبارية الاليكترونية (Machill, M. et al. 2006) .

قد أظهرت بعض الدراسات حالات للتشابه وأخرى للاختلاف في عملية حراسة البوابة باختلاف الأنظمة الاجتماعية. وتم إرجاع حالات التشابه لعوامل مرتبطة بعولمة الإعلام وظواهره، ومن ثم دعت هذه الدراسات لملائمة بحوث حراسة البوابة مع الحقائق العولمية المرتبطة بالعمل الإخباري والعوامل التنظيمية، ومن بين المفاهيم التي طرحت في هذا الصدد ما يعرف بحجرة الأخبار العالميةglobal newsroom

وهو مفهوم يتناول عمليات تبادل ونقل الأخبار بين المؤسسات الإعلامية العالمية، وكذا فهم العمل الصحفي على إنه نتاج لسياق تاريخي وليس اقتصادي تجاري بحت يتجاوب مع حتميات السوق ويسعي للربح فقط (Shoemaker, et al, 2009, 83).

ما اهتمت دراسات كثيرة ببيان الأدوار الجديدة للمستخدمين في عملية حراسة البوابة، حيث رأى بعض الباحثين أن حراسة البوابة يتم تحديها من قبل المستخدمين المنتجين للمضمون في البيئة الجديدة(Singer, 2006) (Lowrey, 2006) ، في وقت بدأ فيه بعض الصحفيين بالسماح للمستخدمين بالمشاركة في تقرير عملية اختيار ونشر الموضوعات (Boczkowski (2004، ولكن في المقابل رأى باحثون آخرون إنه من المبكر الحديث عن توقع انتهاء دور حراسة البوابة بفعل تزايد أدوار المستخدمين، ولكنهم أقروا بأن حراسة البوابة لا تزال معلقة بين ممارسات تقليدية وأخرى جديدة. كما خلصت إلى وجود حالة من التردد في السماح للجمهور بالمساهمة في القيام بالمهام التقليدية لحراسة البوابة، مع سعى معظم المؤسسات الإعلامية للحفاظ على ممارساتها التقليدية لحراسة البوابة في البيئة الإليكترونية، حيث أعرب بعض الصحفيين عن مخاوفهم من تأثير فتح البوابات الاليكترونية لمضامين المستخدمين على أخلاقيات المهنة وعلى ممارساتها التقليدية (Paulussen and Ugille 2008) (Domingo, 2008).

بصفة عامة خلصت الدراسات المتعلقة بأوضاع حراسة البوابة ما بين البيئة الإعلامية الإليكترونية والإليكترونية، إلى أن حراس البوابة في البيئة الإليكترونية لا يزالون يقومون بنفس المهام التي يقوم بها حارس البوابة في البيئة التقليدية، وإن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها، وأضيفت مهام جديدة، فمهمة الغربلة أو الفلترة أو التقييم لم تختف بعد، ويقوم بها حراس أفراد، والبعض الأخر يقوم بها وسائل وبرامج وتقنيات تكنولوجية متخصصة، مع استمرار حاجة الجمهور لحراس بوابة يقومون بتقييم جودة ومصداقية المعلومات التي يتعرضون لها. كما أشارت هذه الدراسات إلى إنه في الوقت الذي قلصت فيه البيئة الإعلامية الجديدة من عدد البوابات التي تمر بها المادة الإعلامية، فقد خلقت بوابات أخرى ذات طابع اليكتروني، كما

تغيرت مراحل العمل التقليدية، مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات، وهو ما أدى لزيادة المهام الملقاة على عاتق حراس البوابة في بعض المراحل عن غيرها، كما أثرت البيئة الإعلامية الجديدة في طبيعة العمل الإعلامي وفي الأساليب التحريرية المستخدمة، حيث أصبح أقل رسمية وروتينية، مع تراجع تأثير العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها الإعلامية في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية. كما تغيرت الصورة القديمة للعلاقة بين حراسة البوابة والمصادر وكذلك مع الجمهور، و تراجع التوجه الأحادي القديم، ليتخذ شكلاً تفاعليًا، كما لم يعد الجمهور متلق سلبي في هذه العلاقة، في وقت يتمتع فيه حراس البوابة بميزة مهمة وهي قدرتهم على التعرف على جمهورهم. وفي الوقت الذي قللت فيه من أهمية تأثير قيود المساحة وساعات البث ونفوذ المصادر وبعض القيود الروتينية والتنظيمية التقليدية، فقد زادت من بعض الضغوط على حراس البوابة مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث والنشر على الويب، وضرورة مواكبة جدة وحداثة الأدوات التكنولوجية ومجابهة منافسة الوسائل الإعلامية الأخرى. كما خلصت لتوافر أدلة على أن حراس البوابة يرون أن وظيفتهم تتطور وتتكيف مع البيئة الجديدة أكثر مما تختفي، وإلى أن لديهم رؤية مختلفة عن الجمهور وعن دورهم، كما بدأ بعضهم يتبني دور المفسر للمعلومات في وقت يختلفون فيه في بعض السمات عن غيرهم (السيد بخيت، 2004).

في إطار دراسات هذه التيار، أثيرت عدة نقاشات منهجية حول طبيعة المناهج التي تتبعها والأدوات التي تستخدمها، والتي تمثلت غالبًا في دراسة الحالة والملاحظة بالمشاركة وتحليل المضمون (Singer, 2001) والمسوح والمنهج التجريبي، وإن لم تكتف بعضها بالاستعانة بمنهج أو أداة واحدة. وقد أجمعت هذه الدراسات على تعقد هذه العملية، وعلى الحاجة لاستخدام عدة إجراءات منهجية وإحصائية للوصول لنتائج أكثر دقة عنها، مع مراعاة اختلافها من بيئة لأخرى، ومن مؤسسة إعلامية لأخرى، ومن حالة لأخرى. كما اهتمت بتحديد مستوى تحليل عملية حراسة البوابة ووحدات التحليل المستخدمة، والتي تختلف طبيعتها وفقًا لمستوي تحليل عملية حراسة البوابة،

ومن الأدوات الجديدة في دراسة حراسة البوابة، استخدام النماذج الإحصائية الخطية الترتيبية hierarchical linear modeling لتقييم عملية حراسة البوابة وفقًا لأكثر من مستوي تحليلي، وبما يساعد على الحصول على معلومات أكثر دقة. كما أثيرت قضايا متعلقة بالمداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها في هذا الصدد مثل: المفاهيم المتعلقة بالمؤسسية الجديدة (theories of new institutionalism)، وقسم الأخبار العولمي Global Newsroom، والنظرية البنائية (Shoemaker, et al., 2009,84) Structuration theory

وبالرغم من التراث المتعلق بدراسات حراسة البوابة، لا تزال توجد عدة قضايا حيوية عالقة منها[1]: كيفية التنظير للمستويات المختلفة للتحليل في المجال الصحفي، وكذا طبيعة القوي التي تتحكم في بوابات عملية حراسة البوابة، وتصورات الجمهور عن عملية إنتاج حراسة البوابة، وطرق تمكين الإعلاميين من تغيير الممارسات المؤسسية التقليدية المتبعة في مجال حراسة البوابة، والصورة الحالية لعملية حراسة البوابة وخاصة في البيئة الإليكترونية، وطرق استحداث مفاهيم جديدة ونظريات جديدة في التعامل مع تصورات عملية حراسة البوابة، وكذا تطوير المناهج والأدوات المستخدمة في عملية تحليل حراسة البوابة مثل التفكير في الربط بين نتائج حراسة البوابة وتحليل المضمون والدراسات الأمبيريقية، وكذا إمكانية النظر في التفاعل بين العوامل المؤثرة في حراسة البوابة، وجوانب التشابه والاختلاف في عملية حراسة البوابة في ثقافات مختلفة.

تيار البحوث في مجال الصحافة الإليكترونية [2]

مرت دراسات تيار الصحافة الإليكترونية بثلاث موجات بحثية، حيث اهتمت

---

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع (2009) ,Shoemaker, et al، ص ص 73-84.

(2) لمزيد من التفاصيل، راجع دراسة (Kopper, et al., 2000)، حيث استفدنا من طريقة تقسيمها للتوجهات البحثية في هذا التيار، وقمنا بتحديثها بشكل كبير، وكذلك دراسة (Domingo, 2008) والتي راجع فيها عقد من الدراسات المتعلقة بالصحافة الإليكترونية.

الموجة الأولى بمحاولة الإقناع بأهمية الصحافة الإليكترونية، واهتمت الموجة الثانية بمناقشة مدى قدرة الصحافة الإليكترونية على الإحلال محل الوسائل التقليدية، وركزت الموجة الثالثة على تقييم الأشكال الصحفية الجديدة وتأثيراتها على العمل الصحفي. وغلب على الدراسات الأولى التركيز على المقارنة بين المواقع الصحفية الإليكترونية والصحف المطبوعة في المضمون ومصادر الأخبار وأساليب العرض والتقديم للجمهور، ومدى تكيف المواقع الإليكترونية للصحف المطبوعة مع البيئة الرقمية الجديدة، وفي المرحلة الثانية ركزت الدراسات على طبيعة الاختلاف بين الصحافة الإليكترونية والمطبوعة، وانعكاسات التعرض للصحف الإليكترونية والورقية (شريف درويش، 2005:44:45)، واستخدامات الصحفيين للإنترنت. وفي المرحلة الثالثة بدأت تهتم بصحافة البلوجرز وصحافة المواطن والمضامين التي ينتجها المستخدمون والعوامل المؤثرة في صناعة الصحافة الإليكترونية ومستقبلها (Domingo, 2005).

وتكشف مراجعة دراسات هذا التيار عن وجود العديد من المسارات البحثية هذه المجال منها:

1- دراسات التغير في الأدوار الوظيفية للصحفيين والتي ركزت على ثلاثة موضوعات هي: التغير في هوية الصحافة كمهنة أو وظيفة في مجتمع يعتمد على الاتصال الشبكي، وتصورات الصحفيين عن التغيرات المحتملة في هويتهم المهنية، والتحديات التي وضعها المستخدم بإنتاجه للمضمون أمام وظيفة الصحفيين (Mitchelstein and Boczkowski, 2009)، وإن لم تتوصل هذه الدراسات لصياغات محددة حول هذه الموضوعات (Kopper et al., 2000) (Singer, 2003). إذ بينما أكدت على أن الصحافة الاليكترونية تتحدى التصورات السابقة السائدة عن أدوار ووظائف الصحفيين (Boczkowski, 2004) (Deuze, 2007) ، فإنها أظهرت أن الصحفيين الاليكترونيين لا يزالون متأثرين بالتقاليد الصحفية القديمة ، كما انتهت إلى نتائج متناقضة حول تصورات الصحفيين عن مستقبل الصحافة الإليكترونية (Singer,

2003, 2006)، ووجود مقدار الثقة في الانترنت كمصدر للأخبار، (Shin and Cassidy (2007: 492)، (Cameron, 2003: 259) .

2- تناولت بعض هذه الدراسات الأنواع الجديدة من الصحافة القائمة على الإنترنت مثل صحافة البلوجرز (Singer, 2005) (Matheson, 2004) سواء من حيث المضمون أو القائمين عليها، وأظهرت عدة توجهات في هذا الصدد (1) أنها تزود العاملين في المؤسسات الصحفية والإعلامية بمساحة إضافية للتعبير عن آرائهم وتصوراتهم (2) أنها تمثل تحديًا لا يستهان به للصحافة القائمة (3) تعتبر ساحة مهمة للتواصل التفاعلي والديمقراطي ونشر القيم المهنية والصحفية (4) أن ثمة رؤى متعارضة في النظر لصحافة البلوجرز، سواء من حيث مكانتها كوسيلة إعلامية، أو من حيث تأثيرها الإيجابي أو السلبي على أخلاقيات العمل الصحفي، أو من حيث أصالتها وتفردها، أو مدى اعتمادها على ذاتها في جلب الأخبار والآراء، أو مدى قدرتها على منافسة وسائل الإعلام الأخرى.وقد أجريت عدة دراسات حالات لتوثيق جوانب من مواقع إخبارية للصحافة البديلة والتي يصدرها مواطنون هواه مثلIndymedia, Wikinews, Ohmynews (Bruns 2006) (Platon & Deuze 2003)، (Kim & Hamilton 2006). وبالرغم من أن هذه الدراسات قد كشفت عن وجود نماذج بديلة للنموذج المتبع في الصحافة التقليدية، فإنها أيضًا كشفت عن أن تأثيرها على الممارسات المتبعة في الصحافة المهنية التقليدية لا يزال محدودًا (Paulussen, Ugille 2008). وقد أسفرت مراجعات هذه الدراسات عن الدعوة لتغير المنطق الأساسي لصحافة المواطن، والتراجع عن النظر إليها على أنها تشكل تهديدًا للصحافة المهنية التقليدية، بقدر ما تمثل شكلاً جديدًا من العمل الصحفي (Lasica 2003, 73)، (Singer,2005).

3- اهتمت بعض الدراسات بتحليل الممارسات المتبعة في عملية إنتاج الأخبار الاليكترونية، وأشارت لحدوث تغيرات مهمة في طبيعة هذه الممارسات منها: حدوث تعديلات

جوهرية في طرق تدفق العمل التحريري، وفي ممارسات جمع الأخبار (O'Sullivan and Heinonen, 2008) وفي نماذج إنتاج المحتوي، وفي اندماج الوسائل المطبوعة والاليكترونية والإذاعية. كما رصدت زيادة الضغوط الملقاة على كاهل الصحفيين، وإلى اضطرارهم للقيام بالعديد من المهام الصحفية في ذات الوقت، وإنتاج أشكال إعلامية مختلفة (Cawley, 2008)، وتركيزهم على عملية إنتاج الأخبار ذاتها أكثر من الاهتمام بطبيعة الوسيلة. ومن بين المفاهيم الحديثة المقترحة في دراسة النماذج المتبعة في صناعة الأخبار الإليكترونية ما يعرف بـ Cyber newroom، وهو نموذج يدرس مراحل صناعة الخبر إليكترونيًا، ويحلل مساهمات كل من الصحفيين والقراء في نشر وتعديل الأخبار في إطار عدة مراحل معقدة تستهدف صياغة القصة الصحفية بطريقة جديدة (Robinson,2009)

4- اهتمت عدة دراسات بتحليل دور العامل التكنولوجي في تطوير الصحافة الإليكترونية، حيث تم انتقاد الرؤية الحتمية التكنولوجية التي اعتنقتها الدراسات الأولى، واعتبارها أن التغيرات التي شهدتها الصحافة ما هي إلا نتيجة لتأثير التغيرات التكنولوجية، إذ يتجاهل هذا التصور تأثير العوامل الخاصة بالسياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي على هذه النوعية من الصحافة(Boczkowski, 2004) . ومع تطور دراسات الصحافة الإليكترونية بفعل تبني مقاربات بنائية وسيكولوجية في تحليليها، وكذلك نظرية الـ actor-network تراجع النظر للممارسات السائدة في أقسام الأخبار بالصحافة الإليكترونية على إنها ناتجة فقط عن تأثير العامل التكنولوجي، مع زيادة الاعتقاد بأنها ناتجة عن تفاعل معقد لعوامل اجتماعية واقتصادية وتنظيمية (Paterson and Domingo 2008). حيث تناولت بعض الدراسات ديناميات عمليات الابتكار في حجرات الأخبار في الصحافة الاليكترونية، وخلصت إلى أن التكنولوجيا في حد ذاتها تمثل عاملاً وسيطًا في تغيير طريقة العمل في حجرات الأخبار، (Boczkowski, 2004) Deuze (2007: 153)، وأن السياق المؤسسي والتنظيمي يلعب دورًا مهمًا في تشكيل عملية تبني الابتكارات في

أوضاع صحفية مختلفة (Boczkowski and Ferris, 2005) (Singer, 2004) (Thurman, 2008)..

5- اهتمت بعض الدراسات بطرق اندماج العمليات المطبوعة والإذاعية والاليكترونية على الويب من خلال التعاون بين هذه الوسائل في نقل محتوى صحفي باستخدام الوسائط المتعددة. وقد لاحظت دراسات هذا التيار أن التركيز أصبح ينصب على المادة الإخبارية الإليكترونية أكثر من الوسيلة الإعلامية ذاتها، فبغض النظر عن تنوع انتماء المواقع الإليكترونية سواء أكانت تابعة لقنوات تليفزيونية أو صحف أو غيرها، فإن الأشكال التي تقدم بها المادة أصبحت تقريبًا متشابهة، مع حرص هذه المواقع على تقديمها باستخدام وسائط متعددة Dickinson, R., Bigi, H. (2009) . كما خلصت إلى عدم تطابق الطرق والوسائل المستخدمة في تحقيق هذا الاندماج سواء بين الوسائل أو باختلاف الدول، وكذا باختلاف طرق الدمج بين الوسائل التقليدية والجديدة، وكذا لتنوع المداخل البحثية التي يتم النظر من خلالها لطرق الاندماج بين الوسائل الإعلامية (Boczkowski and Ferris, 2005).

6- اهتمت بعض البحوث بدراسة الدور السياسي والمجتمعي للصحافة الإليكترونية (Dashti,2009)، وهي بحوث تتساءل عن دور الصحافة الاليكترونية في سياق المجتمع، وتعني بالدور الديمقراطي للصحافة الاليكترونية، وبتقصي دور الانترنت في مساعدة المواطنين على المشاركة في العملية الديمقراطية، وتشير إلى الحاجة لدور الصحفيين في تنقية وتصفية وتنقيح المعلومات التي سيتم نشرها على الإنترنت (Lasica, 2004)، وإن كانت لا تزال هناك العديد من المناطق بحاجة لمزيد من الدراسة.

7- دراسات الصحافة الإليكترونية المقارنة، حيث اهتمت بعض البحوث بإجراء مراجعة للدراسات الأوربية في مجال الصحافة الإليكترونية ومقارنتها بالتجربة الأمريكية ومن بينها مراجعة (Domingo, 2005)، لعقد كامل من البحوث الأوربية

في هذا المجال سواء من ناحية المناهج أو النظريات أو النتائج والتحديات، مشيرة إلى أنها تنقلت عبر ثلاثة مراحل: الإقناع، والنقد والواقعية، وإن اقتفت أثر الدراسات الأمريكية واهتماماتها. واستعرضها في ثلاثة موجات، وخلص إلى أن التوجهات النظرية ذات الطابع المثالي غلبت على 90٪ من دراسات الموجة الأولى، بينما اهتمت الموجة الثانية بالدراسات الأمبيريقية، والتي تمحورت حول ثلاثة أشكال من الصحافة الإليكترونية، وهي: المواقع الإخبارية الإليكترونية والتغيرات في المهنة الصحفية، واتجاهات وعادات المستخدمين، وخلصت هذه الموجة إلى أن المشروعات الصحفية الإليكترونية التي تمت في هذه المرحلة فشلت في الاستفادة من الإمكانيات التفاعلية للإنترنت، لتبينها مبدأ الحتمية التكنولوجية، كما حدث في المرحلة الأولى، وقد تناولت الدراسات الأوربية في موجاتها الثالثة الصحافة الإليكترونية بمنظور بنائي Constructionist مختلف للتغير التكنولوجي. وفي السنوات القليلة الماضية ركزت هذه الدراسات على صحافة المواطن وصحافة البلوجرز وصحافة المشاركة والمضامين التي ينتجها المستخدمون والعوامل المؤثرة في إنتاجها(Domingo, 2005).

8- دراسات المستخدم User Studies وهي دراسات ركزت على استخدامات الجمهور للصحافة الإليكترونية ومدى الاعتماد على الصحافة الاليكترونية كمصدر للأخبار (AlShehri and Gunter, 2002)، ومدى تأثير الوسائط المتعددة في مقدار تعلم الأفراد من مواقع الأخبار ، وكيف يؤثر موقع المؤسسة أو الروابط في تعلم المستخدمين (Tremayne, 2008)، وكيف يؤثر طرق بناء القصص على اهتمامات وفهم الجمهور لها (Yaros, 2006)، ودوافع المستخدمين من استخدام عناصر التفاعلية (Chung, & Yoo, 2009) وتحديد الفوارق ما بين الجمهور السلبي (الذي فقط يزور المواقع الإعلامية) والجمهور الإيجابي الذي ينتج مواد إعلامية ويشارك في المضامين المنشورة على المواقع الإعلامية (Chris Anderson, 2009). كما بدأت الدراسات الحديثة في التركيز على الدور الذي يلعبه الجمهور في صناعة المضامين

الإعلامية، وإن خلصت هذه الدراسات إلى ضرورة مراجعة مثل هذه المفاهيم في ضوء واقع المجتمعات، حيث تتباين استخداماتها وتطبيقاتها من مجتمع لأخر، فعلي سبيل المثال، لم يسهم المستخدمون العرب بفعالية في صناعة المضامين المنشورة على المواقع الإعلامية العربية، وحالت عدة عوامل دون وجود فاعل للمستخدمين على هذه المواقع (السيد بخيت، 2008).

9- تحليل المنتجProduct Analyses سواء من حيث الشكل والتصميم أو من حيث المضمون، ومن بين مجالات اهتماماتها دراسة الفروق بين التصميم الطباعي وتصميم الويب، وتتبع مسرى العين على شاشات الكمبيوتر عند مطالعة الجرائد الاليكترونية، والإمكانات غير المحدودة للويب في تصميم الجرائد الاليكترونية، والخصائص المميزة لعملية قراءة الصحف الاليكترونية ومعايير تصميم مواقع الويب وتحليل التيبوغرافيا الرقمية، وتأثير تصميم مواقع الويب على استرجاع المعلومات وإدراكها، وتأثير الوسائط المتعددة على تصميم الموقع ودورها في تحقيق الموقع للوظائف المنوطه به (شريف درويش، 2005، 155) وأوجه الاختلاف بين الصحافة الإليكترونية والمطبوعة.وقد خلص بعضها إلى عدم انتفاع هذه المواقع من المقومات التفاعلية للويب (Paulussen, 2004) (Domingo, 2008)، كما خلصت إلى قلة الدراسات التي تبين كيفية بناء وتصميم المعلومات على الويب.

10- دراسات تقييم الجودة Quality Assessments، وتتناول مدى تأثير الإنترنت على تدهور أو تحسن جودة العمل الصحفي، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن المقومات التي إتاحتها الانترنت لممارسة مهنة الصحافة، والسرعة التي تتميز بها، قد أثرت على جودة الأداء المهني ومدى الالتزام بالتقاليد المهنية (Boczkowski, 2009)، ومدى مراجعة المعلومات التي تنشر على الإنترنت، وتحول عملية النشر المباشر والفوري والسريع والآني للمعلومات على مواقع المؤسسات الصحفية الكبرى إلى عمل مؤسسي (Boczkowski and De Santos, 2007)، وإلى ظهور شكل

مغاير تماما للعمل الإخباري على الإنترنت عما كان سائدًا في السابق[1]. واهتمت بحوث أخرى بإجراء دراسات تجريبية experimental projects تتناول أشكال الصحافة الاليكترونية، والطرق التي يتم من خلال إرسال وتلقي المعلومات، وما تقدمه الإنترنت في هذا الصدد، ولا توفره الوسائل الأخرى (Kopper et al., 2000). كما اهتمت بحوث أخرى بتحليل السوق Market Analyses، وهي بحوث مدفوعة بالرغبة في الانتفاع المادي من الانترنت، وتتضمن تحليل أبنية السوق، والمنافسة بين وسائل الإعلام.ويهتم هذا المسار بحالات المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية والاليكترونية، ويتساءل عن موقع ومكانة وسائل الإعلام التقليدية في مقابل الصحافة الاليكترونية، وإن كانت الإجابة على ذلك لا تزال غامضة ما بين بحوث تنتهي لتراجع مكانة وسائل الإعلام التقليدية، وما بين بحوث تؤكد محافظة وسائل الإعلام التقليدية على مكانتها. ومن الموضوعات المطروحة في هذا المجال مدى التوافق بين النجاح المهني والمادي للمواقع الصحفية على الإنترنت، ومستقبل الصحافة الاليكترونية على الإنترنت (Kopper et al., 2000).

وبالرغم من نجاح هذا التيار البحثي في مواكبة بعض مظاهر الصحافة الإليكترونية، إلا إنه لا يزال هناك العديد من المجالات التي لم يتم بحثها بعد، كما لا يزال الباحثون في هذا المجال يتبعون أساليب تقليدية في دراساتها وحتى الأساليب الجديدة مثل تعقب مسرى العين، يكتنفها العديد من الصعوبات المتعلقة بحاجتها للعديد من الأجهزة والإمكانيات، ولفصلها للظاهرة عن السياق العام، ولإمكانية تحيزها، وكذلك لمحدودية النتائج التي يمكن التحصل عليها من جراء استخدامها. ومن ناحية أخرى، وبالرغم من كثرة البحوث عن الصحافة الاليكترونية، فإن قليل منها ما قام بإجراء مراجعات شاملة لهذه البحوث (Domingo, 2005) (Boczkowski, 2002; Kopper et al., 2000)، كما

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع دراسة Mitchelstein E. and Boczkowski, P.(2009)، والمتضمنة الدراسات التي أشارنا أنها تهتم بتقييم جودة المواقع الإليكترونية، وكذلك دراسة(Kopper, et al., 2000) .

أن عدداً كبيراً من البحوث التي تمت في هذا المجال غير متاحة للعامة، باعتبار أنها أبحاث تجارية وتخدم مصالح مموليها، وقلة منها أجرىٰ لأغراض أكاديمية، فضلاً عن أن قلة منها هي التي تربط بين الصحافة الاليكترونية وسياقها الاجتماعي، فلا يزال يعرف القليل عن العوامل المؤثرة في تشكيل الصحافة الاليكترونية. ومن ناحية ثالثة، تكشف مراجعة بحوث هذا التيار عن هيمنة الدراسات الأمريكية في هذا المجال، وهو ما قد يرجع لدور الولايات المتحدة في تطوير الإنترنت كوسيلة اتصال، كما تكشف عن إتباع البحوث الأوربية غالبًا للخطوات النظرية والمنهجية التي طورتها المدرسة الأمريكية، وكذلك يصعب وجود بحوث مميزة في هذا المجال، إما لتغير التكنولوجيا وتطورها بشكل سريع وتغير عادات ونماذج الاستخدام أو لعدم توافر أساسيات منهجية ملائمة لهذه البيئة الجديدة، فدراسات الاستخدام مثلاً قائمة علىٰ مسوح تتم بالبريد الاليكتروني، وهو ما قد يجعلها تتم علىٰ جمهور من غير المستخدمين الحقيقيين للانترنت، مع قلة الدراسات التجريبية، كما أن طرق البحث المتبعة في الدراسات التقليدية لا تتوافق مع البحوث التي تتم في هذا المجال (Kopper et al., 2000)، بالإضافة لذلك لا تزال دراسات الصحافة الاليكترونية تعاني من غياب الإطار النظري المحكم والذي يساعد في تطويرها.

وبصفة عامة، فثمة حاجة لإجراء بحوث علىٰ الصحافة الإليكترونية تتجاوز الحدود المحلية، والخروج من دراسة الحالات الفردية، مع تنويع المناهج المستخدمة، وأن تتم علىٰ فترات زمنية ممتدة، مع الاهتمام بالدراسات الدولية المقارنة لاستكشاف التوجهات والتصورات المشتركة بين ممارسات الصحافة الإليكترونية في أماكن مختلفة، والعوامل المختلفة التي تشكل سياق العمل في الصحافة الإليكترونية في بيئات مختلفة. كما أن ثمة حاجة لإجراء بحوث فعليةaction research ، تقوم علىٰ مشاركة الباحث بنفسه في مشروعات الصحافة الاليكترونية، مما سيساعد في توفير معلومات مستقاة من الخبرة المباشرة بالمواقع الإخبارية ومعرفة القيود والعوامل التي تتحكم في تشكيل الأخبار الاليكترونية (Domingo,2005).

تيار دراسات الصحافة البديلة: صحافة المشاركة وصحافة المواطن وصحافة البلوجرز [1]

اهتمت الدراسات الصحفية الحديثة بتحليل التأثيرات التي أحدثتها الأنواع الجديدة من الصحافة البديلة على العمل الصحفي، ومن بين هذه الأنواع صحافة المشاركة Participatory Journalism، وصحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة البلوجرز Bloggers Journalism، والصحافة القاعدية Grassroots Journalism، والإعلام التشبيكي Networked Journalism، والصحافة ذات المصدر المفتوح Open Source Journalism، والإعلام التعاوني Collaborative Journalism، وغيرها من الأشكال الجديدة والتي تمثل نوعية جديدة من الصحافة. وقد اهتمت بعض الدراسات بتوضيح إمكانيات الصحافة البديلة باعتبارها تقدم فرصًا للأفراد والجماعات لتدشين وسائلهم الإعلامية الخاصة، وباعتبارها تمثل مجالاً جديدًا يتم بعيدًا عن سيطرة النخب والمؤسسات الإعلامية المركزية. واهتمت دراسات أخرى بتقييم القيمة السياسية للصحافة البديلة وصحافة البلوجرز، ومدى قدرتها على أن تمثل وسائل إعلام بديلة لتمكين المواطن من المشاركة السياسية والاجتماعية. وسعت دراسات أخرى للتفرقة بين المفاهيم المختلفة المتعلقة بالصحافة البديلة، باعتبار أن ثمة مصطلحات كثيرة متداخلة ومتنوعة بتنوع الممارسات الصحفية(Harcup, T. (2005 ، وعرفتها بأنها تلك العمليات الاتصالية والحوارية والمتضمنة لتعبير ذاتي لبعض الأفراد ومن خلالها يساهمون في صناعة المعرفة وفي طرح مصادر بديلة للقوة (Pettit, J. et al. (2009 ، وأنها لا تقتصر على إتاحة الفرصة لأصوات متنوعة للتعبير عن نفسها في مناخ سياسي قائم على التعددية السياسية، فهي في الأساس تعبر عن إسهام مهم في تشكيل البناء الثقافي والاجتماعي.

أولاً: فيما يتعلق بصحافة المواطن اهتمت الدراسات الصحفية بالحديث عما يعرف بصحافة المواطن Citizen Journalism أو الصحافة القاعدية Grassroots Journalism،

(1) اعتمدنا بصفة أساسية على الدراسة التي قمنا بها عن أدوار المستخدمين في صناعة المضامين الإعلامية، مرجع سابق، والمراجع التي وردت بهذه الدراسة المشار إليها، ولكن تم تحديثها ببعض الدراسات اللاحقة، وبعض المحاور الأضافية.

وهو المفهوم الذي دعا إليه Dan Gillmor في عام 2004، وعلى أثر هذه الدعوة، ظهرت عدة تيارات بحثية تدعو للاهتمام بهذه الأنواع الجديدة من الأشكال الصحفية، وإلى إحداث تغييرات جذرية في الممارسات الصحفية والإعلامية المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية، وإلى تخلي الصحفيين عن سلطتهم المطلقة على كل مراحل إنتاج المضامين الصحفية والإعلامية، والسماح بمشاركة المستخدمين في بعض مراحل هذه العملية (Paulussen, Ugille, 2008)، وأن تتخلى الصحافة عن الصورة التقليدية لتدفق الأخبار والمعلومات، لاستيعاب المضامين التي يوفرها الإعلام الجديد، مع البحث عن سبل جديدة لزيادة مساحة الاستفادة المتبادلة بين وسائل الإعلام التقليدية والإليكترونية، وتعزيز التعاون بين الصحفيين المحترفين والمستخدمين الهواة (Paulussen et al. 2007).

وقد حظي مفهوم صحافة المواطن والتحديات والفرص التي توفرها للصحافة بالكثير من اهتمام البحوث (Domingo et al., 2008) والتي ركزت على المدى الذي قامت من خلاله وسائل الإعلام الإخبارية بتبني ممارسات صحافة المشاركة (Hermida and Thurman, 2008) (Thurman, 2008) . وقد ركزت الدراسات الأولى على كون صحافة المواطن تمثل بديلاً للصحافة المهنية التقليدية أكثر من تركيزها على وسائل دعم كل منهما للآخر. كما أجريت عدة دراسات وصفية حول إعلام المواطن وتأثيره المفترض على الصحافة المهنية (Lowrey & Anderson 2005)، وظاهرة التدوين (Matheson 2004)، ونماذج الصحافة البديلة التي يقوم عليها مواطنون هواة مثل موقع (Platon & Deuze 2003) Indymedia، و Ohmynews (Bruns 2006) وموقع Wikinews (Kim & Hamilton 2006). وبالرغم من أن هذه الدراسات قد كشفت عن وجود نماذج بديلة للنموذج المتبع في الصحافة التقليدية، فإنها أيضًا كشفت عن أن تأثير صحافة المواطن وصحافة المدونات على الممارسات المتبعة في الصحافة المهنية التقليدية لا يزال محدودًا) (Paulussen, Ugille,2008 ، وقد أسفرت مراجعات هذه الدراسات عن الدعوة لتغير المنطق الأساسي لصحافة المواطن، والتراجع عن النظر إليها على أنها تشكل تهديدًا للصحافة المهنية التقليدية، بقدر ما تمثل شكلاً جديدًا من العمل الصحفي (Lasica 2003, 73)، (Singer,2005).

ثانيًا: فيما يتعلق بصحافة المشاركة Participatory Journalism فبالرغم من ظهور مصطلح صحافة المشاركة منذ عدة سنوات، إلا أن الباحثين لم يتوصلوا لتحديد دقيق لأبعاده، وهو مفهوم جديد يعبر عن التوجه المتزايد من قبل الجمهور للمشاركة في صناعة المضامين الإعلامية، كما يعبر عن وجود ميول متنامية لدى المؤسسات الإعلامية إزاء إفساح مجال المشاركة أمام الجمهور للمساهمة في تزويدها بالخبر والمعلومة والرأي وغيرها. وبينما كانت الكلمة الرائجة في التسعينات هي التفاعلية، فإن الكلمة الآن الأكثر رواجًا هي صحافة المشاركة، ولكن الأساس لم يختلف (Domingo 2008, 680).

وقد ظهرت الدارسات الأولى المتعلقة بصحافة المشاركة في عام 2004 في بريطانيا، ومن بينها الدراسة التي أجراها (Thurman, 2008) عن اتجاهات الصحفيين الاليكترونيين إزاء صحافة المشاركة، والتي خلص فيها إلى قلة المواقع الصحفية التي تستضيف مدونات، وتلك التي تسمح للمساهمين بالتعليق على ما ينشر بها من آراء، وإلى استمرارها في القيام بالممارسات التقليدية لحراسة البوابة، وإن أظهر الصحفيون اتجاهات متباينة إزاء رؤيتهم لصحافة المشاركة، فبينما قالوا أن مضمونها يفتقر لحرفية ومهنية التغطية الصحفية التقليدية، ولكن من ناحية أخرى، أبدوا بعض التقدير لأهمية المضامين التي ينتجها المستخدمين، وإمكانية الاستفادة منها كمصدر للقصص الصحفية، وتقديم تغطية متنوعة ومعمقة للأحداث، وكأسلوب يزيد من ولاء وانتماء الجمهور للمؤسسة. وتدريجيًا بدأت تزداد نسبة قبول المصطلح اتساعًا، وخاصة مع تزايد تخصيص المواقع الإخبارية لمساحات على صفحاتها لمدونات المستخدمين، وهي خطوة اعتبرت بمثابة تحولاً كبيرًا عن نماذج النشر التقليدية، باعتبارها تقدم نافذة من الأخبار والآراء من وجهة نظر المستخدمين. بيد أن معظم الدراسات الحديثة تشير إلى قصر المؤسسات الإعلامية لمشاركة الجمهور على الإدلاء بوجهات نظرهم في القضايا الجارية دون السماح لهم بالمشاركة في المراحل الأخرى للعمل الصحفي، وهو أمر شائع سواء في صحافة الدول الغربية (Dominago, et al., 2008)، وكذلك في صحافة الدول النامية (السيد بخيت، 2008).

وقد ركزت دراسات أخرى على دراسة تطور مفهوم الإعلام المشارك Citizen media، وارتباطه بمفهوم الصحافة العامة Public Journalism، في إطار الدعوة لإقامة علاقة تبادلية بين الصحفيين والجمهور، وإن تطور المفهوم الأخير في ظل الإمكانيات التكنولوجية التي تسمح بزيادة مساهمة الجمهور في صناعة المضمون وفي تفعيل الحوار بين الصحفيين وجمهورهم، بحيث أصبح يركز على دور المواطن العادي في خلق المعرفة والتعبير عنها، وعلى الاتصال أكثر من استخلاص أو توصيل المعلومات، ورأت أن هذا النوع من الإعلام يطرح طرقًا جديدة ويساهم بطريقة أكثر عمقًا في مجال صناعة المعرفة، كما يهتم بالهوية الثقافية للمجتمعات المحلية وبديمقراطية المشاركة على كل المستويات، وانه عبارة عن عملية مستمرة من الحوار والتعلم والاستماع والفعل بين أفراد المجتمع (Harcup, T. (2005). Pettit, J. et al. (2009.

ثالثًا: فيما يتعلق بصحافة البلوجرز، والتي شهدت الكثير من التطورات في السنوات الماضية، والتي ينظر إليها باعتبارها تمثل عددًا من الممارسات من بينها نشر يوميات شخصية من قبل صحفيين وهواة على مواقع خاصة بهم على الإنترنت، وتتضمن أخباراً وتعليقات وآراء، وشهادات لشهود عيان على بعض الأحداث وغيرها، وبعضها ينشر أخبارًا عاجلة، وينفرد ببعض التقارير والأحداث. ومؤخرًا بدأت بعض المؤسسات الإعلامية في السماح إما لصحفييها أو لمستخدميها بتدشين مدوناتهم على مواقعها، وهو ما يثرى هذه المواقع بمضامين مغايرة على الأقل من ناحية الشكل عما تهتم به، ويساعد في التقريب بين المستخدمين وبين الإعلاميين من جهة، وكذلك يسمح للمستخدمين بممارسة أدوار إعلامية من على منصات مؤسسات إعلامية بارزة من جهة أخرى (Hermida and Thurman, 2008) (Thurman, 2008). وتصدر صحافة البلوجرز في ظل تصورات ترى بأنها تمثل بديلاً عن الصحافة التقليدية، وأنها تساهم في تصحيح الأخطاء التي يرتكبها الإعلاميون المحترفون، وتجبرهم على معاودة تقييم أعمالهم المهنية (2006) Lowrey .

وقد اهتمت بعض الدراسات بتحليل مدونات الصحفيين (Lowrey and Anderson,

2005) (Hermida and Thurman, 2008) ، وإن اختلفت وجهات نظرها إزائها ما بين القول بأنها لم تغير من مهام الصحفيين، ومن قيامهم بوظيفة حراسة البوابة التقليدية (Singer, 2005: 192)، وما بين القول بأنها غيرت شكل الصحافة (Lowrey, 2006) (Robinson, 2006)، وحررتها من السيطرة التقليدية (Matheson 2004: 456). واهتمت دراسات أخرى بتحليل المحتوى الإخباري لصحافة المواطن وأشكالها، ولكنها لم تحدد بشكل قاطع طبيعة تأثير صحافة المواطن على الأقسام الإخبارية في المؤسسات الإعلامية ومدى تأثيرها على المضامين التي تنشرها.

واهتمت دراسات أخرى بتحليل كيفية التكامل بين المضامين التي ينتجها المستخدمين والصحفيين، وانتهت إلى أن المدونين والصحفيين المواطنين يعتمدون بشدة على وسائل الإعلام التقليدية من أجل الحصول على المعلومات (Deuze et 2006 al., 2007) (Lowrey, Reese et al., 2007)، فمثلاً حلل Haas (2005: 393) ما نشر في مواقع Indymedia and Slashdot، ووجد أن عدداً قليلاً من المدونين ينخرطون في التغطية الإخبارية المستقلة، وأن معظمهم يقومون بتغطية نفس القصص التي تقوم بتغطيتها وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية، وربما وبشكل أهم، يعتمدون عليهم كمصدر للمعلومات عن هذه الموضوعات. وخلصت دراسة (Reich, Zvi , 2008) للقول بأن الممارسات اليومية للصحفيين المواطنين تلعب دورًا مهمًا بالتكامل مع ممارسات الصحافة التقليدية، ولكنها لا تمثل بديلاً عنها، كما خلصت لوجود صعوبات تواجه المدونيين في العمل كصحفيين وخاصة فيما يتعلق بالوصول لمصادر الأخبار، مما يقلل من إنتاجهم لمضامين صالحة للنشر.

وتكشف مراجعة دراسات الصحافة البديلة[1] عن:

---

(1) يعرف Atton الصحافة البديلة بأنها تلك الصحافة التي تعرض طريقة مختلفة في التغطية عن وسائل الإعلام التقليدية ، لمزيد من التفاصيل راجع Atton, C. (2003) What is alternative journalism, Journalism Vol.4 (3):267-272.

1- غلب على هذه الدراسات الطابع الاحتفائي بإنجازات هذه الصحافة، دون العناية بدراسة كيفية إنتاجها، وطبيعة العمل بها وأسباب ظهورها وانتشارها وممارساتها، وطبيعة الظروف السياسية والاجتماعية التي تحيط بها، وعملية صناعة القرار التحريري فيها، ودراسة الأيديولوجيات المهنية والسياسية للمدونيين، وطرق تعلمهم للعمل الصحفي، وكيفية اختيارهم للموضوعات، ونشرهم للأخبار والآراء، وكذلك كيفية اختيارهم للمصادر الصحفية.

2- لم تجر دراسات حول مدى استقلالية صحافة البلوجرز، ومدى تأثرها بالممارسات الصحفية المتبعة في الصحافة التقليدية، وهوية ممارسي هذه النوعية من الصحافة وقيمهم المهنية ودوافعم واتجاهاتهم وايديولوجيتهم وتاريخهم وتعليمهم وعلاقتهم.

3- غياب دراسة جمهور هذه الوسائل (Downing, 2003)، ومعرفة كيفية استخدامهم لها، والي أي مدى وبأي طريقة يتم تعبئتهم، مع النظر لجمهور هذه الصحافة في سياقات مختلفة حيث ربما يلعبون أدوار المنتجين والمشاركين وأيضًا المستخدمين.

4- قلة البحوث التي عنت بمعرفة مدى اعتماد وسائل الإعلام التقليدية على المواد التي ينتجها البلوجرز، واتجاهات التعليقات والآراء التي يبديها المستخدمين على هذه المواقع، ومن ثم فثمة حاجة لدراسات تكشف عن كيفية ممارسة البلوجرز للمهنة، باعتبارها عملاً ثقافيًا واجتماعيًا ووسيلة للتمكين السياسي، مع ضرورة معرفة وسائل تواصلها مع المستخدمين والجمهور.

5- بينما اهتم الباحثون بإطاراتهم النظرية ومفاهيمهم وابستمولوجياتهم، فإنهم ركزوا قليلاً على المناهج والأدوات التحليلية المستخدمة، حيث كانت المقابلات هي الطريقة الغالبة، بينما استخدمت دراسات أخرى الملاحظة بالمشاركة (Atton & Wickenden, 2005)، لكن ثمة معلومات قليلة متوافرة عن كيفية استخدام هذه الأدوات، وهي في الغالب دراسات وصفية، والقليل منها ينتمي للدراسات النقدية.

6- قليل من هذه الدراسات قام بتحليل محتوي الوسائل الإعلامية أو عرض لأدواته ومنهجه في التحليل، وهو ما يصعب من التحقق من هذه الدراسات، أو إعادة تكرارها ومقارنتها والتثبت من نتائجها، كما لا يساعد في إجراء تقييم نقدي لها أو تطوير أدواتها البحثية.

التيار المعني بدراسات التحولات في مجال إنتاج المضمون الصحفي (1)

تكشف مراجعة الدراسات الصحفية الحديثة عن اهتمامها برصد التحولات في عملية إنتاج المضمون الصحفي وخاصة في البيئة الإليكترونية، ودور المستخدم في صناعة المحتوى، وتأثير هذه التحولات على طبيعة الممارسات الصحفية. وقد كشفت هذه الدراسات عن وجود صراع بين الأشكال الجديدة والقديمة في صناعة وإنتاج المحتوي الصحفي (Mitchelstein and Boczkowski, 2009)، وأن الباحثين و الممارسين لم يستقروا بعد حول أفضل السبل لصناعة المضامين، كما لم يستقروا على كيفية التعاون بين الوسائل التقليدية والإليكترونية في إنتاج مضامين صالحة للنشر في كلتا الوسيلتين

وفي إطار هذه الدراسات ظهرت بعض المفاهيم الحديثة مثل مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم "User Generated Content" UGC، والذي يعد تطورًا لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفية في السنوات القليلة الماضية مثل مفهوم التفاعلية Interactivity، وصحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة المشاركة Participatory Journalism، حيث خلصت هذه الدراسات إلى قلة الأشكال التفاعلية المتوافرة على المواقع الإعلامية، والحاجة لتطويرها بما يسمح بمشاركة أكثر من قبل المستخدمين في إنتاج مضامين صالحة للنشر. وقد دفعت عدة عوامل باتجاه انتشار مفهوم المضامين التي ينتجها

---

(1) اعتمدنا بصفة أساسية على دراسة السيد بخيت عن أدوار المستخدمين في صناعة المضامين الإعلامية، والمنشورة بمجلة الرأي العام، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر-ديسمبر 2008 والمراجع التي وردت بهذه الدراسة المشار إليها. مع إضافة بعض المستجدات المتعلقة بتطورات صناعة المضامين في مجالات أخرى مثل Cross media concept و Integrated newsrooms وغيرها.

المستخدم من بينها:تصاعد أهمية الإنترنت وتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بيسر وسهولة، وانتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومنتديات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة، وعبر الوسائل التفاعلية المتنوعة.

ومن ناحية أخرى، ظهر اتجاه أخر في صناعة المضامين الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها، في إطار ما يعرف بمفهوم أقسام الأخبار المندمجة أو ذات الوسائل المتعددة Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence[1]، وهو مفهوم جديد ظهر مع توجه بعض المؤسسات الإعلامية التي تضم عدة وسائل مطبوعة وإذاعية وتليفزيونية ومواقع على الإنترنت نحو تكوين أقسام إخبارية تُخدم على هذه الوسائل بمجملها، وهو مفهوم تطبقه بعض المؤسسات الإعلامية بالفعل في الولايات المتحدة وأوربا. فمفهوم الـ Crossmedia يشير إلى العملية التي يتشارك من خلالها عدة وسائل إعلامية في إنتاج ذات المضمون في نفس الوقت، وهو ما تطلب تغييرًا في ثقافة العمل الصحفي وإدارته. وقد تطور هذا المفهوم في ضوء توجه بعض المؤسسات الإعلامية إلى رقمنة Digitization الإنتاج الإعلامي.

ويمكن رصد أبرز التحولات ذات الصلة بصناعة المضامين الإعلامية والتي حدثت في السنوات الأخيرة كالتالي:

1- التحول في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة، إذ بدأ البعض يتحدث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليدي audience، والدعوة لاستبداله بمصطلح المستخدمين Users، باعتبار أن العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي، أي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لامتناهية من العمليات (النسخ، الطباعة، إرسال المقالات،

---

(1) لمزيد من التفاصيل، راجع دراسات (2008) .Avilés & Carvajal، (2007) .Erdal (2009) Erdal، Bødker.S and Petersen, 2007, Petersen, 2006

إعادة نشر موضوعات على الشبكات الاجتماعية والتعليق عليها وتصنيفها ونصح الآخرين بتصفحها..الخ) (صادق الحمامي، 2009).

2- التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الاليكترونية، إذ لم يعدوا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة، بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها، كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة وديمقراطية في إنتاج المضمون (Cohen (2002.

3- تنوع مصادر المعلومات، بحيث لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكرًا على طرف ما دون غيره، بل أصبح بمقدور الجميع المساهمة في إنتاج المضامين المختلفة.

4- حدوث تحول في المفاهيم الإدارية الإعلامية، ومن أبرز ملامحها: غموض التفرقة بين المنتجين والمستهلكين، وخاصة بعد زيادة إنتاج المستخدمين لمضامينهم الخاصة في وقت بدأت فيه المواقع الإعلامية تخصص أقسامًا خاصة لذلك (O¨rnebring, 2008)، وهو ما أثار نقاشًا حول كم المنتج والمقروء والمستهلك من هذا المنتج، وحول ما تمثله هذه المضامين من توفير موارد مادية للمؤسسات الإعلامية، ومن إمكانية الاستفادة منها في زيادة رقعتها الإعلانية، وتسويق المؤسسة وسمعتها ومنتجاتها عبر شبكة الاتصالات التي ينخرط فيها المستخدمون.

5- ظهور تحولات في الممارسات الصحفية، حيث تساعد هذه المضامين في إثراء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات (Bergström,2008)، و إعادة صياغة مفهوم صناعة الأخبار، واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة، وتوسيع دائرة تغطية الأحداث، وإدراج مصادر جديدة، وتوسيع دائرة المشاركين في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار (Hayes, Singer & Ceppos, 2007, p, 263)، وزيادة درجات التعاون بين المشرفين على المواقع الإعلامية والمستخدمين، وإحداث تغيرات في إدارة عملية حراسة البوابة (Bowman & Willis, 2003) ، وتغيير شكل إنتاج المضامين عما سبق.

6- حدوث تغيير في طبيعة الأدوات المنهجية المستخدمة في دراسة المضامين التي ينتجها المستخدمين والظروف التي يتم إنتاجها فيها، فبينما كانت الدراسات السابقة تنطلق من تصور سلبي للجمهور باعتباره مستهلكًا للمضمون، مستخدمة أدوات منهجية تعكس هذه التصور مثل الـ Logfiel و الـ Cookies، بدأت الدراسات الحديثة في استخدام أكثر من أداة بحثية ومن بينها استخدام المسوح الإلكترونية، والدراسات التجريبية والتحليلية التي تهدف إلى تطوير المواقع واجتذاب المتصفحين. كما تستخدم مناهج مزدوجة تعتمد على أدوات القياس الإلكترونية، وكذلك المناهج الإتنوجرافية لرصد واقع صناعة المضامين الإعلامية في المواقع ذاتها ومن خلال الاحتكاك المباشر مع صانعيها (Paterson and Donimgo, 2007).

وقد خلصت الموجة الأولى من هذه الدراسات والمتعلقة بحالة ووضعية المضامين التي ينتجها الجمهور على مواقع المؤسسات الإعلامية البارزة إلى وجود تطور في طريقها تبنيها وتعاملها مع هذه المضامين (Hermida and Thurman , 2007) ، بيد أنها لا حظت تردد وحذر العاملين في هذه المؤسسات إزاء إفساح المجال بصورة أكبر للاستفادة من هذه المضامين(Domingo et al. 2007) ، وقد توصلت هذه الدراسات لنتائج متسقة مع النتائج التي خلصت إليها الدراسات التي أجريت حول استخدام الصحافة الإليكترونية للأشكال التفاعلية على مواقعها، إذ كشفت عن قلة تواجد هذه الأشكال بفعل تأثير عدد من العوامل العامة المرتبطة بسياق وطبيعة عمل الصحافة الإليكترونية (Paulussen, 2004) (Domingo, 2008). وفي عام 2008، وبدايات عام 2009، بدأت تظهر بعض الدراسات التي تعنى بدراسة السياق العام المحيط بإنتاج المضامين التي ينتجها المستخدمين، وتأثير العوامل المهنية والاجتماعية وعوامل السوق على مشاركة الجمهور في الأقسام الإخبارية الإليكترونية التابعة للمؤسسات الإعلامية.

ويمكن تقسيم المسارات البحثية في مجال صناعة المضامين إلى ما يلي:

1- **المسار الذي يعني بتحليل طريقة إدارة المضامين الإعلامية** داخل المؤسسات الإعلامية بفعل اندماج الوسائل الإعلامية والاعتماد على الرقمنة في عملية الإنتاج وذلك في إطار مفاهيم أقسام الأخبار المندمجة أو ذات الوسائل المتعددة Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence وقد سعت هذه الدراسات إلى التأصيل لهذا المفهوم بتحديد أبعاده وتميزه عن غيره من المفاهيم وتوضيح نماذج العمل المتبعة في إطاره، والتطبيقات المختلفة للمفهوم، والتحديات التي تواجه تطبيقاته، كما سعت إلى وضع هذه النوعية الجديدة من الممارسات ذات الطابع التكنولوجي ضمن حقول الدراسات الصحفية. كما طرحت تساؤلات حول كيفية تجاوب الصحفيين مع طبيعة العمل في بيئة الأقسام الإخبار المندمجة والتكاملية، وكيف تتم عملية إنتاج المضامين المشتركة ومأسستها، وكيف ينشر ذات الموضوع الصحفي في عدة وسائل إعلامية تابعة لذات المؤسسة الإعلامية والصحفية، وإلى أي مدى يؤثر هذا التحول على المنتج النهائي ونوعيته. بيد أن هذه الدراسات لا تزال قليلة، ولم يتم معظمها ضمن مؤسسات إعلامية مندمجة بشكل كامل، إذ تم تنفيذ بعضها في إطار بيئة صحفية (Boczkowski, 2004).

وقد أشارت هذه الدراسات إلى حدوث تحولات نوعية في طريقة تناول المضمون وكذلك في تطوير الممارسات المهنية، وإلى أن التكنولوجيا قد أحدثت تغيرات في طريقة صناعة الأخبار، وفي تسهيل عملية تنقل المواد الإعلامية وكذلك الإعلاميين ما بين الوسائل المختلفة، كما أشارت لتغير طريقة إدارة العمل الإعلامي، نحو الطابع الجماعي أكثر، والسعي للتعبير عن ذات المؤسسة الإعلامية من خلال منابر Platform مشتركة. وخلصت دراسة Avilés & Carvajal (2008) لوجود نموذجين للاندماج الأول نموذج تكاملي integrated model، والأخر نموذج يقوم على تعدد الوسائل cross-media model، وكل نموذج ينتج نظام مختلف لإدارة العمل الإخباري. وطرحت بعض هذه الدراسات مفاهيم جديدة مثل مفهوم إعادة توجيه أهداف المحتوى repurposing of content ، وميزت بين المفهوم وغيره من المصطلحات مثل transmedia،

hybrid media ،multiple platforms ، بيد أنها دعت لإحداث تعديلات في طريقة تبني المفهوم وطريقة استخدام وسائط الملتيميديا ضمن المؤسسات الإعلامية .Erdal, I J.(2009) . كما ميزت دراسة (Bødker and Petersen, 2007) ما بين منظورين: الأول يتعامل مع اندماج المؤسسات الإعلامية داخليًا inward، أي ما بين وسائلها الإعلامية وكيفية استخدام إمكانيات المؤسسة بشكل جماعي، سواء أكانت مادة إعلامية أو بحثية أو إعلاميين أو غيرها من المصادر، والثاني يوضح كيفية اندماج هذه المؤسسات خارجيًا outward مع مستخدميها. وبالرغم من التطور النسبي لهذه الدراسات، إلا أن النتائج الأولية لها تشير إلى حدوث تصادم في طريقة العمل داخل المؤسسات التي طبقت هذا المفهوم، فالبعض لا يزال يدير العمل الصحفي والإعلامي من منظور وسيلته الفردية، والبعض الأخر يغلب الطابع الجماعي على الفردي، واقترحت تشكيل ما يعرف بديسك رئيسي Superdesk ينسق ما بين هذه الوسائل من منظور عمل جماعي وليس فردي.

2- **المسار الذي يهتم بتحليل مدى اهتمام المواقع الإعلامية بالمضامين التي ينتجها الجمهور**: وقد خلصت إلى تزايد مساهمات المستخدمين على هذه المواقع، كما كشف عن تمسك القائمين على هذه المواقع بالتقاليد الخاصة بحراسة البوابة، وقيامهم بتنقية وغربلة المضامين التي ينتجها المستخدمون، كما أعرب هؤلاء المسئولين عن تشككهم في القيمة الصحفية والتجارية لهذه المضامين، (Hermida and Thurman, 2008) كما وجد تشابهًا بين مشاركة المستخدمين في إنتاج مضامين ذات طابع جماهيري، وذات صلة بقضايا حياتية، بينما قل اهتمامهم بالمضمون القائم على المعلومات والأخبار، كما قلت مشاركة المستخدمين في جمع واختيار وإنتاج الأخبار (O¨ rnebring,2008) (Singer, 2006, p. 275) ، وكذلك وجد إنه بينما يميل الصحفيون إلى إعطاء المستخدمين فرصة للرد والتفاعل مع الموضوعات التي ينتجونها هم، فأنهم أقل رغبة في تمكينهم من ممارسة تأثير حقيقي في عملية إنتاج الأخبار(Elvira García, et al., 2009).

3- **المسار الذي يهتم بدراسة تصورات واتجاهات الجمهور إزاء المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية**. وقد خلص إلى عدة نقاط أساسية منها: قلة مشاركة الجمهور في إنتاج المضامين في المواقع الإعلامية، وعدم إدراك القلة المنتجة منهم لتأثير مساهماتهم في إثراء النقاش العام والحوار الديمقراطي، (Bergström, 2008)، وإلى أن عدداً قليلاً منهم يزودون هذه المواقع بمضامين صالحة للنشر، فهم لا يزالوا متلقين أكثر من كونهم مشاركين نشطاء Limonard (2007, 24)، ومشاركتهم غالبًا ما تكون عبارة عن تغذية راجعة منهم لمنتجي المضامين من الإعلاميين، وليست مشاركة حقيقية في إنتاج المضمون (Gillmor 2004, 112; Lasica 2002; Matheson, 2004). وإن أشارت بعض البحوث إلى وجود رغبة متزايدة من قبل المستخدمين إزاء المساهمة في إنتاج مضامين ونشرها على هذه المواقع.

4- **المسار الذي يتناول اتجاهات وتصوراتهم الصحفيين إزاء المضامين التي ينتجها المستخدم**، والذي يكشف عن جملة ملاحظات من بينها :

- أن عددًا كبيرًا من المواقع الإعلامية الإخبارية لا تتضمن أشكالاً تستحث الجمهور على المساهمة في إنتاج مضامين إعلامية أو التفاعل معها، (Quinn and Trench, 2002) (Matheson, 2004).
- بالرغم من وجود مؤشرات حول أهمية المضامين التي ينتجها الجمهور، ووجود رغبة متزايدة من قبل المستخدمين في المساهمة في إنتاج مضامين إعلامية ونشرها على هذه المواقع (Hermida and Thurman,2005) ، فإن معظم المؤسسات الإعلامية لا تزال تتجاوب ببطء مع هذه التطورات، ولا تزال مترددة في تبني موقف محدد إزاء التعامل مع هذه المضامين. وأنه بالرغم من أن الصحفيين يرون أن التفاعلية تعد ميزة أساسية في الإعلام الجديد، فإن الممارسة الفعلية تكشف عن إعادتهم لإنتاج نفس النماذج المتبعة في وسائل الإعلام التقليدية، والتي يعتبر فيها المستخدم جمهور سلبي ومستهلك للقصص (Domingo, 2008: 691).

- أن مشاركة الجمهور في هذه المواقع تقتصر على إرسال الجمهور لردود أفعاله عما ينشر بالفعل على هذه المواقع، ولا تتعداه للمشاركة الحقيقية في إنتاج مضامينها (Gillmor 2004, 112)(Lasica 2002) (Matheson, 2004)
- أن الكثير من القائمين بالاتصال ومنتجي المضامين الإعلامية في المواقع الإليكترونية لا يرغبون في التخلي عن مهامهم التقليدية من حيث التحكم في عملية اختيار ونشر المضامين الإعلامية، كما أنهم غير راغبين في تخويل هذه المهمة للجمهور (Gillmor 2004, 112) (Matheson, 2004) (Lasica 2002)، وإن أظهرت دراسات حديثة وجود تحول في مواقف الصحفيين والمؤسسات الإعلامية إزاء الترحيب بنشر مضامين المستخدمين (Singer, 2006)، بيد أن ثمة عوائق مجتمعية وتنظيمية ومهنية تقف أمام فتح المجال لها بشكل أكبر.
- وجهت بعض الدراسات انتقادات لبطء استخدام المؤسسات الإعلامية للتقنيات التفاعلية على مواقعها، وقد أشارت عدة دراسات إلى أن النسبة الغالبة من هذه المضامين تتعرض للكثير من التعديلات للتأكد من سلامتها من ناحية المعلومات والحقائق واللغة والأسلوب، ومن ناحية التزامها بمبادئ وسياسة المواقع التي تستضيفها.

5- **المسار الذي يتناول العوامل المؤثرة في صناعة المضامين الإعلامية الإليكترونية وتحليل أدوار المستخدمين وفقاً لمناظير تحليلية متنوعة**، وهي:

- المنظور الثقافي، والذي يقارن بين دور الجمهور كمتلق وكمشارك.
- المنظور الاقتصادي، والذي يقارن بين أدوار المستخدمين كمنتجين وكمستهلكين.
- ومنظور علاقات العمل، والذي يقارن بين المضامين التي ينتجها كل من الهواة والمحترفين (José van Dijck, 2009).

ويدعو هذا المدخل إلى معرفة التأثير السياسي والاقتصادي لهذه المضامين. ومن العوامل المهمة التي أبرزتها الدراسات السابقة والتي ترى أنها تلعب دورًا مؤثرًا في صناعة المضامين، العوامل المرتبطة بتأثير العامل المؤسسي والتنظيمي (Boczkowski,

2004) (Thurman, 2008) (Chung 2007)، (Peterson et al. 2007)، وتقدير المسئولين لعامل التكلفة، باعتبار أن ما يرسله المستخدمين من مضامين يتطلب وجود فريق عمل يقوم بمراجعتها وتحريرها، وسعي المؤسسات لزيادة توزيعها، والاستفادة من المستخدمين كمصادر إخبارية. ومن المشكلات التي تواجههم إزاء التوسع في الاستفادة من المضامين التي ينتجها الجمهور، خوفهم على سمعة ومكانة مؤسساتهم الصحفية، وحرصهم على عدم الوقوع في مشكلات قانونية جراء نشر بعض هذه المضامين. كما استكشفت بعض الدراسات الميدانية تأثير العوامل الشخصية والمؤسسية والسياسية على طريقة العمل في الأقسام الإخبارية، واهتم غيرها بتحليل عامل صفات واهتمامات المستخدمين كمؤثر في إنتاج هذه المضامين، وانتهى بعضها (Palussen, 2008) إلى التأكيد على تعرض هذه المضامين للعديد من المؤثرات (Neil Thurman,2008) وكشفت دراسات أخرى عن تأثير العوامل التكنولوجية على العمل التحريري (Boczkowski, 2004)، في ظل تصور يرى أن مجرد توافر التكنولوجيا سوف يساعد في إثراء الحوار والمشاركة والتواصل بشكل أكثر مما تقوم به الوسائل الأخرى(Singer, 2005) ، وهو التصور الذي بدأت تدحضه الدراسات الحديثة.

وبصفة عامة قلت الدراسات التي اهتمت بالربط بين المقاربات النظرية الحديثة المتعلقة بالأنواع والأشكال الجديدة من الصحافة والعمل الصحفي، وبين التطبيقات الحديثة المستخدمة في مجال توصيل المحتوى الإعلامي، وبين أدوار المستخدمين في صناعة هذا المحتوى، وبما يساعد في دراسة ظاهرة إعلامية جديدة، لها تأثيراتها على صناعة العمل الإعلامي بمجمله. وكذلك قلت نسبة الدراسات التي اهتمت بالتطور التاريخي لعملية إنتاج المضمون الإليكتروني، وهو ما ينعكس سلبًا على نتائجها الأمبيريقية وخلاصاتها النظرية، وعدم إدراكها لسوابقها التاريخية. كما قل اهتمامها بوضع نتائجها الامبيريقية في سياق مقارن مع صناعات أخرى، لمعرفة التشابه والاختلاف بينهما مثل دراسة Deuze (2007) عن التغيرات في ممارسات العمل في صناعات مختلفة.

المراجع

Al-Saggaf, Y. (2006) ‘The Online Public Sphere in the Arab World: The War in Iraq on the Al Arabiya Website’, Journal of Computer-Mediated Communication 12(1): 311–34.

Bergström, Annika, (2008), The Reluctant Audience, Westiminster Papers in Communication and Culture, Vol.5 (2):60-80

Blood, R, (2007) 'How Flickr single-handedly invented collaborative photojournalism', http://www.rebeccablood.net/ archive/2006/04/how_flickr_singlehandedly _inve _ 1.ht ml.

Boczkowski, P. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. Journal of Communication, 54, 197-213.

Boczkowski, P. J. (2007) “When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers.” Political Communication 24, no. 2: 167-180.

Boczkowski, P. J. (2004). Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Bowman, S. & Willis, C. (2003). We Media: How audiences are shaping the future of news and information. Report for The Media Center at The American Press Institute, http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php

Bowman, S. & Willis, C. (2005). The future is here, but do news media companies see it? Nieman Reports 59(4), p-10.

Bruns, Axel (2006). Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production. In: Cultural Attitudes towards Communication and Technology 2006, 28 June - 1 July, Tartu, Estonia.

Cassidy, P. W. (2007). Outside Influences: Extramedia Forces and the Newsworthiness Conceptions of Online and Print Newspaper Journalists" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, The Renaissance, Washington, DC, Aug.

Cassidy, W. P. (2007) “Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists.” Journal of Computer-Mediated Communication 12, no. 2 : 478-498.

Chan-Olmsted, S., & Park, J.S. (2000). From on-air to online world: Examining the content and structures of broadcast TV stations’ web sites. Journalism & Mass Communication Quarterly 77(2), 321-339.

Chung, D. S. (2007) Profits and Perils Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 13, No. 1, 43-61 .

Cohen, E.L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 46(4), 532-548.

Daniels, G. L. (2007). Charting the future of local television news websites through webmaster conversations about past and present online strategies. Paper presented to the News Division of the Broadcast Education Association Annual Conference, April 18-21, 2007.

Deuze, M. (2006) 'Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture', Information Society 22(2): 63-75

Deuze, M. (2003). 'The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online', New Media and Society 5(2): 203–30.

Deuze, M. (2004) 'What is Multimedia Journalism?', Journalism Studies 5(2): 139-52.

Deuze, M., and C. Dimoudi. (2002) "Online Journalists in the Netherlands: Towards a Profile of a New Profession." Journalism 3, no. 1 : 85.

Domingo, D. (2008)."Interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms: Dealing with an Uncomfortable Myth." Journal of Computer-Mediated Communication 13, no. 3 : 680-704.

Domingo, D. (2006) Inventing Online Journalism: Development of the Internet as a News Medium in Four Catalan Online Newsrooms. Barcelona: Universitat Autonoma de Barcelona. http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1219106-153347/index.html

Domingo, D. et al. (2007). "Four dimensions of journalistic convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain". Paper presented at the 8th International Symposium on Online Journalism, 30-31 March, Austin, Texas, http://journalism.utexas.edu/onlinejournalism/2007/papers/ Domingo.pdf

Domingo, D., T. et al., (2008) 'Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond: An International Comparative Study of Initiatives in Online

Gillmor, D. (2004). We the media: Grassroots journalism by the people, for the people, Sebastopol: Farnham: O'Reilly.

Golan, G. (2006) Inter-Media Agenda Setting and Global News Cov-erage: Assessing the Inuence of the New York Times on three Network Television Evening News Programs." Journalism Studies, 7:323-333.

Haas, T. (2005) 'From "Public Journalism" to the "Public's Journalism"? Rhetoric and Reality in the Discourse on Weblogs', Journalism Studies 6(3): 387–96.

Hayes, A.S., Singer, J.B., & Ceppos, J. (2007). Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. Journal of Mass Media Ethics 22(4), 262-279

He, Z. and J.-H. Zhu (2002) 'The Ecology of Online Newspapers: The Case of China', Media, Culture & Society 24(1): 121–37.

Hermida, A. and N. Thurman (2008) 'A Clash of Cultures', Journalism Practice 2(3): 343–56.

Hermida, A., and N. Thurman. (2007)"Comments Please: How the British News Media is Struggling With User-Generated Content." In 8th International Symposium on Online Journalism. Austin: University of Texas. Online, 2007.

Hujanen & Pietikainen (2004) Interactive Uses Of Journalism Crossing Between Technological Potential And Young Peoples News Using Practices, New Media and Society, 6:383.

Johnson, Jesse, (2007). Number of newspaper websites in US offering user-generated content doubled up in 2008. http://www.bivingsreport.com/2007/american-newspapers-and-the-internet-threat-or-opportunity//

Kiernan, V., & Levy, M.R. (1999). Competition among broadcast-related web sites. Journal of Broadcasting & Electronic Media 43(2), 271-279.

Kim, E.-G. and J. W. Hamilton (2006) 'Capitulation to Capital? OhmyNews as Alternative Media', Media, Culture & Society 28(4): 541–60.

Lasica, J.D. (2002) 'The Promise of the Daily Me', Online Journalism Review, httm://www.ojr.org/ojr/lasica/1017779142.php

Lasica, J.D. (2003) 'Blogs and Journalism Need Each Other', Nieman Reports. 57(3):70-74. http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf

Limonard, S. (2007) Business requirements and potential bottlenecks for successful new CITIZEN MEDIA applications, Sixth Framework Programme: Citizen Media Projekt.

Lowrey, W. (2006) 'Mapping the Journalism–blogging Relationship', Journalism 7(4): 477-500.

Lowrey, W. and J. Latta (2008) 'The Routines of Blogging', in C. A. Paterson and D. Domingo (eds) Making Online News: the Ethnography of Online News Production, pp. 185-97. New York: Peter Lang.

Lowrey, W. and W. Anderson (2005) 'the Journalist behind the Curtain: Participatory Functions on the Internet and their Impact on Perceptions of the Work of Journalism', Journal of Computer-Mediated Communication 10(3).

Massey, B.L. & Levy, M.R. (1999). Interactivity, online journalism and English-language web newspapers in Asia. Journalism & Mass Communication Quarterly 76(1), 321-339.

Matheson, D. (2004) 'Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism', New Media & Society 6(4): 443-468.

Matheson, Donald (2004)"Negotiating Claims to Journalism: Webloggers' Orientation to News Genres," Convergence: The Journal into New Media Technologies 10, no. 4 (winter): 33.

McMillan, S. J. (2002). A Four-Part Model of Cyber-Interactivity." New Media & Society, 4:271291.

Min, J.K. (2005) .Journalism as a conversation., Nieman reports, 59(4)

Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M. and Swartz, L. (2004) 'Why We Blog', Communications of the Association for Computing Machinery, December: 41-46.

Neuberger, C. et al., (2007). Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet, Media Perspektiven, (2): 96-112.

Niekamp, R. (2007). Opportunity lost: Blogs on local TV station web sites. Electronic News 1(3), 149-164.

Outing, S. (2005). The 11 Layers of Citizen Journalism, http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126.

Papacharissi, Z. (2007) 'The Blogger Revolution? Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs', in M. Tremayne (ed.) Blogging, Citizenship and the Future of Media, pp. 21–38. New York: Routledge. Paulussen 2004

Paulussen, S. (2004) 'Online News Production in Flanders. How Flemish OnlineJournalists Perceive and Explore the Internet's Potential', Journal ofComputer-Mediated Communication, 9(4).

Paulussen, Steve, Ugille, Pieter, (2008) User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organizational Constraints on Participatory Journalism, Westminster Papers in Communication and Culture (University of Westminster, London), Vol. 5(2):24-41.

Paulussen, Steve (Jan.2008) UGC in the professional newsroom. http://www.fleetproject.be/content/assets/ presentations_news_generation /Steve_Paulussen_ugc_in_the_professional_newsroom.pdf

Pitts, M. J. (2003, August). Television websites and changes in the nature of

storytelling. Studies in Media & Information Literacy Education 3 (3):1-7 Retrieved March 24, 2005, from http://www.utpjournals.com/simile/issue11/pittsX1.html

Platon S. and Deuze, M. (2003) . Indymedia Journalism: A Radical Way of Making, Selecting and Sharing News? Export , Journalism, Vol. 4, No. 3. (1 August 2003), pp. 336-355.

Quinn, G. and B. Trench (2002). Online News Media and their Audiences." Mudia Work Package 3, July.

Reese, S. D., et al., (2007) "Mapping the Blogosphere: Professional and Citizen-Based Media in the Global News Arena." Journalism 8, no. 3 : 235.

Robinson, S. (2006). "The Mission of the J-blog: Recapturing Journalistic Authority Online." Journalism 7, no. 1 (2006): 65.

Rosenberry, J. (2005). Few Papers Use Online Techniques To Improve Public Communication." Newspaper Research Journal, 26:61-73.

Shoemaker, P.J. and S. Reese (1996) Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. New York: Longman.

Singer Jane B., (2005) "The Political J-Blogger: 'Normalizing' a New Media Form to Fit Old Norms and Practices," Journalism 6, no. 2: 173.

Singer, J. B. (2006) 'Stepping back from the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-production of Content in Campaign 2004', Journalism and Mass Communication Quarterly 83(2): 265–80.

Singer, J.B. (2004) 'Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations', Journalism Studies 5(1): 3-18.

Singer, J.B. (2006) 'The Socially Responsible Existentialist', Journalism Studies 7(1): 2-18.

Thurman, Neil (Feb.2008) 'Forums for Citizen Journalists? Adoption of User-generated Content Initiatives by Online News Media', New Media and Society 10(1): 139–57.

Thurman, Neil. and Hermida, A. (2008) A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. Journalism Practice 2(3)

Trammell, K. D., et al., (2006) 'Republic of Blog: Examining Polish Bloggers through Content Analysis', Journal of Computer-Mediated Communication 11(3): 702–22.

Von, Walter & Quiring, O. (2004, September): The Transformation of the Media

Sector: An Interdisciplinary Discourse of its Economic and Social Implications. Paper presented at the 15th Biennial Conference of the International Telecommunication Society, Berlin.

Wall, Melissa (2005) "'Blogs of War:' Weblogs as News," Journalism 6, no. 2 (May 2005): 153.

Wallsten, K. (2007). Agenda Setting and the Blogosphere: An Analysis of the Relationship between Mainstream Media and Political Blogs." Review of Policy Research, 24:567-587.

Witt, Leonard (2004) "Is Public Journalism Morphing into the Public's Journalism?" National Civic Review, volume 93, number 3 (Fall) pp. 49-57.

Witt, Leonard (2006) "Constructing a framework to enable an open source reinvention of journalism", First Monday 11(6).

Ye, X. and X. Li (2006) 'Internet Newspapers' Public Forum and User Involvement', in X. Li (ed.) Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium, pp. 243–59.

الصادق الحمامي، تجديد الإعلام، مناقشة حول هوية الصحافة الاليكترونية، المجلة العربية لعلوم الاتصال، السعودية، مقبول للنشر.

الصادق رابح، صحافة البلوجرز بين الرؤية الاحتفائية والنقدية، سيمنار كلية الاتصال، جامعة الشارقة.

الباب الثالث

3

الإنترنت والقانون

يحتوي الباب على:

الفصل الأول

البيئة القانونية للإنترنت

في اجتماع القمة للدول الثماني الكبرى الذي انعقد باليابان في يونيو 2000، أثيرت عدة قضايا تتعلق بالطابع القانوني للإنترنت، وبمخاوف وقلق قادة هذه الدول من استفحال سلطة الإنترنت، باعتبارها متمردة على التدخل الرسمي في ممارساتها، وبعيدة عن هيمنة الدولة، وسيادتها القانونية والجغرافية، وبتجاوزها للحدود والقوانين العامة، وهو ما أثار مخاوف الزعماء الذين يعتبرون أنفسهم أسياد النظام ووضع القوانين، حيث يشعرون أن أهم وسيلة اتصال في العصر الحديث لا تقع تحت سيطرتهم بل وتتحداهم؛ فالخطيئة الأصلية للإنترنت إنها ولدت وتطورت وانتشرت بين مئات الملايين من المستخدمين، بعيدًا عن سيطرة الدولة التي تمتعت تاريخيا بالهيمنة الصريحة أو الخفية على أفكار واختيارات هؤلاء الملايين)، وهو ما يفرض وبإلحاح مناقشة طبيعة القانون الذي يحكم هذه الوسيلة، وكيفية تنظيمها وإدارتها؟

وتعد قضية إدارة الإنترنت وتنظيمها واحدة من أهم القضايا التي تتداخل فيها السياسة بالاقتصاد بالمعلوماتية بالقانون، كما تتداخل فيها المؤثرات الخارجية بالمحلية، وتتشابك فيها التكنولوجيا المتنامية، بالأيديولوجيات السياسية للمجتمعات، وبحقوق الإنسان وحريته في التعبير، ويزيد الأمر تعقيدًا إن معدل تطور الإنترنت والمعلوماتية يتم بسرعة تفوق وتيرة نمو أي قطاع آخر، مما يجعل مواكبتها صعبة على عدة مستويات، وفي مقدمتها المستوى القانوني.

فمع تزايد استخدام الإنترنت، وتكاثر مجالاتها، وانتشار التجارة الإلكترونية، نشأت نزاعات قانونية جديدة حارت فيها المحاكم، وتباينت حولها رؤى المعنيين بالقانون

والاتصالات. وأثيرت عدة تساؤلات منها : هل يوجد قانون خاص ينظم الإنترنت؟ ومَنْ الذي يدير شبكة الإنترنت؟ ولمصلحة مَنْ؟ وهل هناك حاجة لتشريعات وعقوبات لحماية الشبكة العالمية وروادها ؟ والي أي مدىٰ يمكن تنظيم عمل الإنترنت؟ وتدشين هياكلها التنظيمية؟ ومَنْ هم الأطراف الفاعلة في حكم الإنترنت؟ وكيف يمكن تحديد طبيعة العلاقات بين المتعاملين معها؟ وهل هناك ما يمكن أن يسمي بحكومة الإنترنت؟ وما هي حدود دور الدولة في هذا الصدد؟ وهل هناك نصوص قانونية يمكن اللجوء إليها عند الاقتضاء ؟ أم إن القوانين الحالية في حاجة إلىٰ تعديل وإضافة وتحديث؟ وهل الواقع الافتراضي الجديد يحتاج إلىٰ معالجة خاصة وتناول مختلف؟ وأي نوعية من القوانين يمكن الاحتكام إليها في حالات النزاع؛ وطنية أم دولية؟ وهل ثمة اتفاقات دولية تشرع للإنترنت وتضبط حركاتها؟ وهل نتجه نحو تشريع دولي للمعاملات المتعلقة بالإنترنت؟... الخ هذه التساؤلات التي تظهر حاجة ماسة لاستكشاف الأبعاد الإدارية والتنظيمية والقانونية للإنترنت.

السمات الاتصالية ذات الطابع القانوني للإنترنت :

ثمة علاقة وطيدة بين القانون وإدارة الإنترنت، باعتبار أن القانون هو تعبير عن احتياجات المجتمع وتنظيم لما ينشأ في المجتمع من علاقات، وباعتبار أن الإنترنت أصبحت وسيلة ضرورية للتواصل الإنساني بين شعوب المجتمع العالمي والمحلي.

وفي الوقت الذي تتأثر فيه الإنترنت بالقانون، فإنه يؤثر فيها، وتظهر علاقات التأثير والتأثر هذه، بصفة خاصة في مجالات ضوابط الحصول علىٰ البيانات والمعلومات، وتأثير الإنترنت علىٰ انسياب المعلومات وتدفقها وتأثيرها علىٰ الخصوصية، والحق في السرية، وحماية المعلومات وخاصة المتعلقة بحقوق التأليف وحقوق الملكية الفكرية بصفة عامة علىٰ المستويين المحلي والدولي، والتجارة الدولية في السلع والخدمات المعلوماتية، والتجارة الإليكترونية الداخلية والدولية، وتدفق المعلومات وانسيابها عبر الحدود الدولية، وحماية الأفراد من مخاطرها ومضارها..إلىٰ أخره.

وتتخذ قضية إدارة الإنترنت وتنظيمها بعدًا متميزًا، باعتبار أننا بصدد وسيلة اتصالية غير مسبوقة في سماتها، وخروجها عن الأعراف الإدارية والتشريعية التقليدية، وهو ما يتطلب تفكير غير تقليدي في التعامل معها، كما أنها أفرزت الكثير من الظواهر الجديدة مثل قضايا حقوق النشر والتجارة الإليكترونية، وجرائم المعلومات الرقمية، والتي تستوجب وضع قواعد محددة لتنظيم علاقات مستخدمي الإنترنت، وتحديد حقوق وواجبات كل منهم تجاه الأخر، وهو ما يمكن أن نطلق عليه "الحقوق والواجبات الإليكترونية". وبالرغم من أهمية هذه القضية، فإن ثمة جهلاً واضحًا بالجانب التشريعي والقانوني الذي ينظم الاستخدامات التطبيقية لتكنولوجيا الإنترنت، ويحول دون إساءة استغلالها، ورغم المنافع العديدة للإنترنت إلا أن هناك مخاطر كثيرة تظهر مع استمرار سوء استخدام هذه الشبكة من قبل بعض الجهات، لعدم وجود عقوبات وقوانين رادعة تمنعهم.

ومع التقدم المذهل في مجال شبكة الإنترنت والاستخدام الواسع لها في كافة مجالات الحياة، تعددت الجرائم التي تتخذ من الإنترنت وسيلة لها مثل القرصنة أو السطو على برامج الإنترنت، والاتجار بكلمة السر، وسرقة الأسرار التجارية، ونشر الصور الجنسية الفاضحة واستغلال الأطفال، وانتهاك حقوق الطبع والتأليف، وتهديدات القنابل بواسطة شبكة الإنترنت، وجرائم الإزعاج عن طريقة شبكة الإنترنت، وسرقة الأسرار التجارية، والسطو على بيانات الإنترنت والكمبيوتر، وتزوير العملة وغسيل الأموال، وجرائم الاحتيال والتزييف والتزوير، وسرقة المعلومات، وتسرب المعلومات، والهجوم على الشبكة، واعتراض رسائل البريد الإليكتروني وقراءتها، وسرقة أرقام بطاقات الائتمان، وتعطيل أنظمة التشغيل، وسرقة الأرقام السرية للدخول على الأنظمة...الخ. وتثير هذه الجرائم وغيرها الحاجة الماسة لسن قوانين تضبط وتنظم آليات عمل الإنترنت. ومن ثم فإن وضع إطار قانوني ينظم الممارسات الرقمية الجديدة التي تتم عبر عالم الإنترنت يعد أمرًا ضروريًا. بيد أن الأمر ليس يسيرا بحكم **السمات الاتصالية والقانونية غير المسبوقة التي تتصف بها الإنترنت، عما سواها من وسائل**

وأدوات اتصالية تقليدية، والتي تمثل تحديا للنظام القانوني من عدة وجوه منها:

- إن الإنترنت ليست مجرد وسيلة للاتصالات، وإنما بنية تحتية، تساعد في خلق نظام اجتماعي واقتصادي يتسم بالاتصال اللامركزي ولا مركزية السلطة.
- تتسم شبكة الإنترنت بأنها ذات طابع عالمي وكوني، يضع ما يقرب من مائتي دولة في حالة اتصال دائم، ويجعل البيانات والمعلومات التي يتم إدخالها وتحميلها على الشبكة، تنتشر في ثوان معدودة، في كل الدول المرتبطة بها، وتكون متاحة لأي مستخدم في تلك الدول في ذات الوقت.
- رغم عالمية نشاط شبكة الإنترنت، غير أنها لا تخضع لهيمنة منظمة أو مؤسسة حكومية أو غير حكومية، ولا توجد إدارة مركزية لها، ولا توجد لها نقطة انطلاق مركزية.
- إن الإنترنت وسيلة اتصال ذات طابع دولي عابر للحدود السياسية والجغرافية التقليدية، وتمكن مئات الملايين في العديد من الدول من التواصل الدائم وتناقل البيانات والمعلومات في ذات اللحظة، متجاوزين في ذلك كل الحواجز والعراقيل.
- تتمتع الإنترنت كوسيلة اتصال بسيادة على مساحات افتراضية ذات طابع خاص، كما أن لها مجالها غير الوطني الذي ليس له أدني مرتكزات جغرافية، وتسبح في فضاء افتراضي ليس له روابط أو صلات مكانية أرضية، ويعدو المكان الأرضي عدوا لتلك الشبكة والمهام المنوطة بها، ومن ثم فلا قيمة له في مواجهتها، فطبيعة التعامل عبر شبكة الإنترنت تتعارض مع فكرة الإقليم والجغرافيا.
- إن ظاهرة الحدود السياسية ليس لها وجود في التعامل عبر شبكة المعلومات الدولية للإنترنت، فنظام تلك الشبكة يتناسى عن عمد الحدود السياسية أو الجغرافية بين الدول، ويغض النظر عنها، ويضحي معها المكان والإقليم الجغرافي غير ذي أهمية.
- تتسم الإنترنت بأنها وسيلة اتصال كونية، لها تأثيرات كبيرة على عالم الاقتصاد والتجارة، حيث أتاحت سوقا واسعا أمام عشرات بل مئات الملايين من التجار

والمستهلكين، ويسرت أمامهم سبل الحصول على السلع والخدمات دون حاجة للانتقال من مكان لآخر، ودون حاجة لوسائل مادية.

- تتسم المعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت بأنها ذات طابع دولي، حيث يتدخل فيها أشخاص متواجدون ومنتمون إلى دول مختلفة، فالعقود التي تبرم عبر الإنترنت يكون أطرافها: مستخدم مقيم في دولة، ومورد أو مقدم خدمات الاشتراك في الشبكة من دولة ثانية، وشركة تكنولوجيا معالجة البيانات وإدخالها وتحميلها عبر الشبكة من دولة ثالثة. والطابع الدولي للمعاملات عبر الإنترنت غير قاصر على العقود، بل ينسحب كذلك على سائر العمليات الأخرى كالدعاية والترويج للسلع والخدمات، واستغلال حقوق الملكية الفكرية وغيرها، فتلك العمليات لا تتصل فقط بدولة واحدة، ويتوفر بشأنها المعيار القانوني لدولتها، فتلك العمليات تستتبع انتقال القيم الاقتصادية عبر الحدود، وتتضمن حركة مد وجزر أو خروج ودخول القيم والثروات فيما بين الدول، وهي اختصارا تتصل بمصالح التجارة الدولية. ولا خلاف في أن الطابع الدولي للمعاملات عبر شبكة الإنترنت يثير العديد من المشكلات في القانون الدولي الخاص، فضلاً عن مشكلة تحديد المحكمة المختصة دوليا بنظر المنازعات التي تنشأ عن تلك المعاملات، ومشكلة القانون واجب التطبيق عليها من بين القوانين التي تتنازع حكمها، حيث لا تتلاءم طبيعة القانون الدولي الخاص القائمة على مرتكزات مكانية وجغرافية مع طبيعة المعاملات والعمليات التي تتم عبر شبكة الإنترنت.

- إن الإنترنت تعد بمثابة مجتمع افتراضي يعلو فوق الحدود، ويخترق حدود الزمان، ويتجاوز قدرات كل سلطة سياسية أو تشريعية أو تنفيذية.. وهذا المجتمع بأجهزته وبرامجه ومستخدميه، يشكل كيانًا فضائيا افتراضيا يشتمل على بيانات ومعلومات ومواد ترفيهية ووسائل اتصال صوتية ومرئية، يتم نقلها وتبادلها عن طريق الأسلاك والكوابل ووسائل البث اللاسلكية والاتصال عن بعد والربط بالأقمار الصناعية. وهذا المجتمع الفضائي خلق واقعا افتراضيا أي المكان الخيالي أو الافتراضي الذي

يعيش فيه مستخدمي الإنترنت مع المعلومات والأفكار ومواد الترفيه والإعلانات ذات الوسائط المتعددة، كما أن له شخوصه وأدواته الافتراضية ذات الطابع العالمي. وهو فضاء افتراضيا مصطنعا مقسم إلى شبكات أو مناطق إليكترونية أكثر منه إلى دول أو أقاليم، كما هو الحال في العالم الحقيقي الواقعي القائم على أقاليم أرضية ومائية، وهذا المجتمع والفضاء الافتراضي متصل ببعضه، ويبدو وكأنه يعلو فوق الأقاليم الجغرافية لكل الدول، فالعمليات التي تتم عبره لا تعدو أن تكون رحلة عبر الأرقام، لا يهتم فيها المسافر لا بوجهته التي يقصدها، ولا بالدول التي يعبرها. وهذا العالم الإلكتروني يتمتع بصلاحيات قضائية مستقلة، ويخضع للقوانين والأنظمة التي سنها ويطبقها أعضائه

- إن الإنترنت قلبت وغيرت كل المفاهيم القانونية التقليدية، وهي تجسد مجتمعا فوضويا غير متماسك، تتعارض مصالح أطرافه، والإبحار في أجوائه يتم بلا قواعد ملزمة ولا أعراف تتضمن جزاءات، ومعظم الحالات القانونية التي تم الحكم فيها حتى الآن خضعت لتقديرات وانطباعات شخصية، أكثر منها لقوانين صريحة وصارمة.
- رغم عالمية نشاط شبكة الإنترنت، غير أنها لا تخضع لهيمنة منظمة أو هيئة مؤسسة حكومية أو غير حكومية، فالإنترنت عبارة عن مجموعة من أجهزة الحاسب الآلي المنتشرة في أرجاء العالم، بعض تلك الأجهزة تقوم باستقبال البيانات والمعلومات وتخزنها وتسمي أجهزة الخدمة، وتوجد على حواف الشبكة أو أطرافها النهائية، والتي تملكها عادة وتشغلها الشركات والهيئات العامة في مجال نظم المعلومات ومنها شركة America online, CompuServe, Prodigy، فالبيانات والمعلومات وسائر العمليات الأخرى، تسري من خلال خطوط الشبكة جميعها، دون تحكم من مستخدم الشبكة، الذي يستعمل دوائر توجد في دول عديدة. ويكفي لأي شخص لديه جهاز كمبيوتر شخصي وجهاز مودم وخط تليفوني، الدخول على شبكة

الإنترنت والاستفادة من خدماتها، طالما استطاع أن يفهم كيفية تشغيل البرامج في جهازه الشخصي، وكان مشتركا لدي إحدى المؤسسات أو الشركات التي تقوم بتقديم خدمات الاتصال بالإنترنت.

- لا توجد رقابة مركزية على الإنترنت، فكل جهاز متصل بالإنترنت يتصرف بشكل منفصل، من الناحية الفنية ومن الناحية الإدارية، ولا يستجيب كل نود Node (نقطة التقاء) إلا لمدير نظامه، فلا يوجد سلطة مركزية تحكم استخدام الإنترنت، ولا يوجد أحدا يمكن سؤاله للحصول على تصريح للانضمام للشبكة، ولا يوجد أحدا توجه إليه الشكوى عندما حدوث خطأ.

- من سمات الإنترنت الحضور عن بعد Telepresence، فبروتوكول الإنترنت يوفر مشاركة متسعة جغرافيا لمصادر متفرقة ومن أماكن متعددة، وبمقدور كل مستخدم توظيف اتصاله بالإنترنت بطريقة مختلفة عن الآخرين في ذات اللحظة، وقد يتصل المستخدم بمواقع متنوعة ومتباعدة دون أن يدري كنهها الجغرافي، وتوفر هذه الاتصالات مجموعة متسعة من المعلومات المتصلة ببعضها بما فيها النص الرقمي والجرافيكس والصوت والصورة. وتشير كل هذه البنية المعلوماتية إلى ما يعرف بالسيبر سبيس أو الفضاء الإليكتروني كعالم معرفي منفصل من حيث المفهوم عن عالم الواقع الذي نعيش فيه.

- من بين وسائل العقاب التي يطبقها الإبعاد والطرد وليس استخدام القوة الجسدية المادية، وإن كان الاعتماد على طرق التنظيم الاجتماعي القائمة على استبعاد المستخدم المسيء من مجتمع الإنترنت، ليس أمرًا ملائمًا بحكم أن الإنترنت تسمح للمستخدم الذي ينتهك القواعد الاجتماعية في منطقة ما على الإنترنت بالانتقال إلى منطقة أخري، لا تُعرف فيها سوابقه الإليكترونية، كما إنه مع تزايد عدد المستخدمين يصعب اقتفاء المسيئين، فضلاً عن إن استخدام تقنيات التجهيل الإليكتروني تسمح للمجرم بأن يظل غير معروف الهوية، ومن الصعب إيقاف جرائمه.فالأمر هنا

يختلف عن رؤية الفيلسوف جون لوك في القرن السابع عشر من أن السلطة السياسية في المجتمع المعاصر تتأتى من مقدرة الدولة على إنزال العقاب بمستحقيه، فالدولة وفق تعريف المنظر الاجتماعي الألماني ماكس فيبر "هي جماعة بشرية أو اتحاد بشري يحتكر بنجاح الحق الشرعي في استخدام القوة الجسدية - العنف -ضمن حدود جغرافية معينة" فالحكومات تتشكل بسبب وجود ولاء بين جماعة من البشر، بالاستناد إلى لغة ومنطقة جغرافية، بينما العالم الإليكتروني هو اتحاد إنساني طوعي يرتبط فيه مواطنوه أو رعاياها ببعضهم على أساس وجود مصالح مشتركة بينهم، وعلي أساس فإن عضوية الاتحاد تشترط القبول بأنظمته وقوانينه، ولا تقوم على أساس لغة أو حد سياسي أو جغرافي، ومن ثم يثار السؤال حول معني كلمة حكومة على الإنترنت، فيما تبدأ الجماعات أو الاتحادات تنشأ في الفضاء التخيلي من دون أن تستند إلى واقع جغرافي.

- إن الإنترنت تخضع ليس فقط لقوانين السلطة التشريعية الموجودة فيها، ولكن أيضا لقوانين السلطة التشريعية التي يجري استقبالها فيها، كما تخضع المعلومات المتاحة على الإنترنت إلى ما يزيد عن 176 نظاما قانونيا منفصلا بالإضافة إلى قوانين الولايات والأقاليم، وهو أمر يصعب حل النزاعات التي تنشأ عليها وبسببها.

تباين وجهات النظر حول الطبيعة القانونية للإنترنت:

بينما يرى البعض أن الإنترنت بلا قانون، يرى البعض الأخر أنها ستُخنق من كثرة التنظيمات، لأن كل دولة لها قانونها، الذي يمكن أن تطبقه على الإنترنت في مجالها الجغرافي وليس الفضائي. وبينما يتحدث البعض عن وجود فراغ قانوني على الإنترنت، وأنه لا يوجد قانون يحكم طبيعة الاتصالات التي تتم عبر الإنترنت، فإن البعض الآخر يرى إنه لا يصح الكلام عن وجود فراغ قانوني في مجال تلك الاتصالات، فالقواعد القانونية الوطنية العامة يمكن تطويعها، كيفما تتلاءم مع خصوصية التعامل الرقمي، وعالم البيانات والمعلومات، وهي كفيلة بتقديم الحلول المناسبة لما يعرض من مشاكل في

مجال القانون الدولي الخاص، سواء على مستوى الاختصاص القضائي الدولي أم على مستوى تنازع القوانين.

وبينما يرى البعض أن القوانين السائدة تعد كافية ومناسبة للتعامل مع الظواهر الجديدة التي أفرزتها الإنترنت، فإن البعض الآخر يرى إن القواعد القانونية الوطنية لا يمكنها أن تكون بمثابة قانونا للإنترنت، فهي تفتقد للروح الدولية، كما لا تتلاءم مع قواعد القانون الدولي الخاص، فالضوابط المتعارف عليها في القانون الدولي الخاص كالجنسية والإقليم كضوابط إسناد ليس لها أي دور في شأن التنظيم القانوني الدولي لعمليات الإنترنت، فهذه الضوابط لم توضع ألا من أجل عالم مادي، في حين أن المعاملات عبر شبكة الإنترنت، تقود إلى عالم افتراضي قوامه الأرقام والكيانات المنطقية، كما أن التحديد والتركيز المكاني للأشياء والأشخاص في مجتمع التعامل عبر شبكة الإنترنت مسألة صعبة، فوجود أجهزة الحاسب الآلي لا يساعد في معرفة المتعاملين، كما أن الأشخاص المتعاملين قد لا يمكن تحديد أماكن تواجدهم الجغرافي، فالأمر يتعلق بعالم رقمي لا يعرف غير الأرقام والبيانات، ولا أهمية لمن هم وراء هذه الأرقام والبيانات أو أماكنهم، وهو ما يجعل من محاولات تدخل الدول للرقابة على تدفق المعلومات الإليكترونية عبر الحدود من أجل الحفاظ على سيادتها وحماية الحياة الخاصة لمواطنيها مسالة عديمة الفعالية والجدوى.

وبينما يرى البعض أن أحكام القانون الدولي ومبادئه وأعرافه، كفيلة بحل النـزاعات التي تنجم عن استخدامات الإنترنت، فإن البعض الأخر يرى إن قواعد القانون الدولي الخاص التقليدية أضحت متخلفة عن مجاراة التغيرات السريعة التي أحدثتها الإنترنت، ومن ثم تحتاج إلى تعديل وتطوير حتى تظل صالحة لمواجهة عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فهم يرون أن القانون الدولي الخاص غير صالح لتنظيم العمليات القانونية التي تتم عبر الشبكة، وأن المعاملات التي تتم عبر الإنترنت تقع خارج دائرة القانون. وبينما يرى البعض إنه لابد من تنظم وتدار الإنترنت بشكل

ذاتي بعيدًا عن التدخل الحكومي، يرى آخرون من أنصار الحريات المدنية ضرورة أن تكف الحكومات بقوانينها عن التدخل في ضبط آليات الإنترنت وسن قوانينها، بل ودعا البعض إلى الإعلان عن استقلال الفضاء المعلوماتي أو الواقع الافتراضي Declaration of Internet's Independence، أي استبعاد كل تدخل من الدولة على العمليات التي تتم عبر شبكة المعلومات الدولية.

وبينما يطالب البعض بوضع قوانين ملزمة، يرى البعض الآخر أن طبيعة الشبكة الدولية للمعلومات تتعارض مع وضع تنظيم آمر مُحكم لها، وأنه من الملائم استخدام ما يسمي بآداب التعامل والاتصال والسلوك التي تتضمن المبادئ والأحكام المشتركة التي يجب أن يراعيها كافة المتعاملين والمستفيدين من خدمات شبكة الإنترنت، والتي تقوم على مجموعة من المعلومات والبيانات، والتي تعد ثروة وتراثا مشتركا لكل الجماعة الدولية، ويرون أن تحبيذ إرساء مواثيق لآداب السلوك على الإنترنت، يعد تمهيدا طبيعيا لوضع قواعد تشريعية وطنية ودولية حاكمة للتعامل مع الإنترنت.

مداخل إدارة الإنترنت:

ثمة عدة مداخل لإدارة شئون الإنترنت وتنظيمها قانونيًا:

أولاً: المدخل التنظيمي الحكومي:

ويمثل هذا المدخل أصحاب فرض النظام والقانون على الإنترنت وضبط ممارساتها، وإخضاعها للتشريعات الحكومية المحلية والخاصة بكل دولة، وأنصار هذا المدخل يرون إنه مع انتشار الشبكة الإلكترونية حول العالم، وتزايد عدد المستخدمين لها، وتعدد الأنشطة التي تجرى عليها وبواسطتها، أصبح هناك حاجة لتنظيم العمليات التي تتم عبرها، خاصة مع ظهور العديد من المشكلات مثل جرائم الإنترنت، والتجارة الإليكترونية، ويرون أن الحل يتمثل في التواجد الأكثر فعالية للدولة في مجال تنظيم الإنترنت.

وتتباين المواقف وتتعدد وتختلف إزاء طبيعة التدخل الحكومي في إدارة شئون

الإنترنت، باختلاف طبيعة النظام السياسي للدولة، ورؤيته للحريات العامة وحقوق الإنسان وموقفه من وسائل الاتصال، كما تختلف باختلاف الدولة ذاتها وطبيعة تركيبتها الداخلية وكيانها السياسي، فبينما يناصر بعضهم حرية الإنترنت، ويحترز من صياغة قوانين وتشريعات تقيد نموها، وحق مواطنيها في الاستفادة منها، وحقهم في ممارسة حرية التعبير الإليكتروني، مع التقليل من الموانع القانونية التي تحجم حرية الكبار في الوصول إلى كل ما تبثه الإنترنت في مواجهة التشريعات الرامية إلى تقييد هذه الحرية، حماية للصغار من التعرض لمواد ضارة. وتأتي في مقدمة هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية، التي قضت المحكمة العليا بها، بأن الإنترنت تستحق أن تتمتع بأعلى درجة من درجات الحرية، بل وأن تفوق وسائل الإعلام الأخرى، كما قضت هذه المحكمة بعدم دستورية القانونين اللذين أصدرهما الكونجرس، والخاصين بتنظيم بعض جوانب الإنترنت (سيلي بعض قليل عرض تفاصيل أكثر عن التوجهات الأمريكية إزاء التشريعات والتنظيمات المتعلقة بالإنترنت).

والفريق الثاني من الدول، يضع قيودًا شديدة على الإنترنت عن طريق السيطرة على البنية التحتية المادية الخاصة بها، أما لدوافع سياسة وحماية لمصالح النظام الحاكم وفلسفته وأيديولوجيته الفكرية مثلما هو الحال في الصين وكوريا الشمالية وفيتنام، وإما لدوافع دينية وثقافية وحماية للقيم الاجتماعية والتقاليد السائدة في هذه المجتمعات، مثل السعودية، ومن أمثلة الحالة الأولى قيام الحكومة الصينية بفرض تدابير رقابية مشددة على استخدام مواطنيها لشبكة الإنترنت خوفًا من تسرب أسرار الدولة ونشر معلومات تضر بها. وتشمل هذه التدابير مجموعة واسعة من الأعمال مثل منع تسريب أسرار الدولة، وحبك المؤتمرات السياسية، وترويج المواد الخلاعية والعنف. وتشمل اللائحة الملحقة بالقرار الذي أصدره مجلس الدولة الحاكم في بداية عام 1998 على خمسة وعشرين بندا ضد جرائم الكمبيوتر ونشر الفيروسات، وغيرها من الانتهاكات والأعمال التخريبية التي تستهدف نظم الكمبيوتر. وبينما لا يحدد القانون العقوبات التي تفرض على مخالفيه، فإن الغرامات المالية يمكن أن تصل إلى 15000 يوان أو ما يعادل 1800 دولار.

كما بدأت الحكومة الصينية في تطبيق إجراءات تهدف إلى إحكام سيطرتها على تدفق المعلومات على الإنترنت من خلال توسيع نطاق قوانين الدولة المتعلقة بالسرية لتشمل شبكة الإنترنت. وتحذر القواعد الجديدة مستخدمي الإنترنت ومقدمي الخدمات الخاصة بالإنترنت من نشر أو مناقشة الأسرار القومية للدولة. وبمقتضى هذه الإجراءات يتحمل مديرو مواقع الشبكة ومواقع الدردشة، وأي منظمات أخرى تستخدم الإنترنت مسؤولية أي تسريب لمثل تلك المعلومات، وتغلق مواقعهم على الشبكة في حال حدوث ذلك. كما تتطلب القواعد الجديدة فحص مواقع الشبكة والحصول على موافقة رسمية قبل استخدامها.

وفي بداية عام 2000 أعلنت الصين عن إجراءات جديدة تخول للدولة التشديد من سيطرتها على المواقع الإخبارية وغرف الدردشة على شبكات الإنترنت، وقالت وزارة الإعلام التي أصدرت هذه التعليمات: أن المواقع التي تستضيف غرف الدردشة مسئولة عن مراقبة محتواها، وضمان عدم بث أي معلومات تعتبر منافية للدستور أو خطرًا على أمن الدولة. ويرجع هذا القرار لتزايد الانتقادات ضد سياسات الحكومة عبر هذه المواقع، كما أصدرت عدة توجيهات مماثلة لناشري الإنترنت. كما تعتزم الحكومة الصينية إعلان مزيد من القواعد التي تنظم استخدام الإنترنت، وربما تحمل هذه القواعد قيودا على كاتبي مواقع المعلومات في الشبكة الذين ظلوا حتى الآن بعيدين عن الرقابة التي يخضع لها الصحفيون في وسائل الإعلام الرسمية، وهو أمر ذو دلالة خطيرة في تأكيد اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال تخضع لما تخضع له الوسائل الأخرى من قوانين وتشريعات، بالرغم من السمات المغايرة والمميزة للإنترنت عما عداها من وسائل إعلامية واتصالية.

والملاحظ إنه بينما خطت بعض الدول خطوات متقدمة في اتجاه التنظيم القانوني للإنترنت بها، فإن دولاً عديدة، إما مازالت ترى إن القوانين العامة يمكن أن تنظم عمل الإنترنت وأنها كافية في حد ذاتها، وإما بدأت تكتشف وجود العديد من الثغرات

في نظامها القانوني، وأنه عاجز عن مواكبة التطورات السريعة في دنيا الإنترنت، ولا يلبي حاجتها لمكافحة هذه الأشكال الجديدة والعديدة من جرائم الإنترنت، والتي لا تشرعها قوانين العقوبات بها، فضلاً عن حاجة قضايا عديدة مثل التجارة الإليكترونية إلى تشريعات منظمة وضابطة لها، ومن ثم بدأت تتخذ خطوات نحو سن تشريعات قانونية تتفق مع الظواهر والقضايا الجديدة التي تولدت عن استخدام الإنترنت. وفريق ثالث من الدول لم تدخل عالم الإنترنت بكثافة، ولم تستمتع بعد بفوائدها، وكذا لم تكتو بنارها، ومن ثم لم ترهق ذاتها بقضية التشريعات المنظمة للإنترنت.

وعمومًا فإن سن تشريعات لتنظيم الإنترنت يعد ظاهرة حديثة في معظم دول العالم، باعتبار إن طاقات وقدرات الإنترنت الحقيقية لم تتفجر إلا في منتصف التسعينات تقريبًا، فمثلا لم تتعرض المحاكم الأمريكية لقضايا الإنترنت حتى عام 1994، بينما أصدرت هذه المحاكم رأيها في عام 1999 في 550 حالة. وبينما لم تعرض سوي قضية (أدم كاري وأم تي في) فقط حول النزاع على أسم المجال Domain Name في عام 1994، فإن قضايا أسماء النطاقات (المجال/ الحقول) تظهر كل يوم، وبينما احتاج القاضي الذي حكم في أول قضية تتعلق بحق النشر على الإنترنت وفقا للتعديل الأول في أمريكا في عام 1996 إلى دروس في فهم كيفية عمل الإنترنت، فقد صدر في الولايات المتحدة فقط حتى عام 1999م ما يزيد عن 123 مادة تفسر طبيعة الفضاء الإليكتروني. وأصبح الآن هناك العديد من المحامين والقضاة الذين يدركون كيفية عمل الإنترنت، ومن ثم أصبح ميسورًا سن تشريعات تتفق مع طبيعة هذه الوسيلة: المتجددة والمعقدة.

ففي المراحل الأولى من ظهور النزاعات المتعلقة بالإنترنت، تلفتت دول كثيرة إلى قوانينها المحلية لتطبيقها على هذه الحالات، وبعضها لم يحسم هذه النزاعات، والبعض الأخر قام بإدخال بعض التعديلات على قوانينه المحلية، فمثلا في أمريكا (فيما يتعلق بموضوع فرض رسوم على المبيعات)، فإنه يتم تطبيق القانون الذي يحكم شراء السلع من الكتالوج على قضايا التجارة الإلكترونية، فإذا كان للشركة المعنية محل قريب من

مكان سكن المشتري، فإنه يجب عليها إن تسدد رسوما، أما إذا لم يكن لديها، فلا تسدّد رسوماً. والوضع مشابه في شأن السلع المشتراة عبر الإنترنت، علماً بان هناك قانوناً أعفى السلع المشتراة عبر الإنترنت من أي رسم إضافي، لمدة سبع سنوات". وسعت دول أخري إلى إقرار تشريعات جديدة. فمثلاً دفعت الإنترنت إلى استصدار بعض القوانين الجديدة، مثل قانون التوقيع الإلكتروني، علما بان هذا التوقيع تم استخدامه في الولايات المتحدة قبل إقرار القانون، لأن بعض الولايات اعتمدته مبكرا، ويكفي أن يوافق الطرفان المعنيان عليه لاستعماله، أما القانون ذاته فلا حاجة إليه إلا إذا حصل نزاع. وتفكر الحكومة المغربية في استصدار قانون ينظم عمل مقاهي الإنترنت، وفي الإمارات انتهت الحكومة من إعداد مشروع قانون لمكافحة جرائم الإنترنت وتوفير الحماية للأمن والاقتصاد القومي، وسيتم عرض القانون على لجنة التشريعات. وقد اخذ الكثير مما هو معمول به في أوروبا وشرق آسيا، ويجرم كافة أعمال القرصنة، وجرائم الإنترنت، ويضع عقوبات رادعة لها، حيث لا توجد نصوص في القانون المعمول به، تجرم هذه الأفعال أو تعاقب عليها.

وسنت الحكومة البريطانية قانونًا لمراقبة الاتصالات الإليكترونية، وأصدرت الحكومة الكندية قانونًا لحماية سرية البيانات الإليكترونية، وأصدرت مصر قانونا لحماية الملكية الفكرية، كما أصدرت قانونًا للمعاملات التجارية الإليكترونية، وبذل الاتحاد الأوربي جهدًا في الصدد حيث نشر وثيقتين في سبتمبر/ أكتوبر 1996 حول الإجراءات الضرورية لمواجهة المحتوي الضار وغير القانوني على الإنترنت (الأولى تتناول الاتصالات الضارة على الإنترنت وغير القانونية والثانية جاءت في الورقة الخضراء). ووافقت الورقتين على التعاون الوثيق بين الأعضاء وعلي استخدام برامج التنقية / التصفية لمنع الوصول إلى مواقع معينة على الإنترنت وأنظمة الترتيب مثل PICS (برنامج اختيار محتوي الإنترنت) وتشجيع صناعة التنظيم الذاتي وصياغة ميثاق شرف بين موردي خدمات الإنترنت. وقد استجابت معظم الدول الأوربية لما جاء بالورقة الخضراء في فبراير 1997 من خلال سعيها لإصدار تشريع جديد للتنظيم الذاتي

للإنترنت، وإن كانت الإجراءات الخاصة بمكافحة المضمون الضار والمؤذي على الإنترنت دائما ما تثير الجدال.

وفي اجتماع القمة للدول الثماني الكبرى الذي انعقد في يونيو 2000 باليابان أثيرت عدة مشكلات تتعلق بالطابع القانوني للإنترنت، حيث أثارت الإنترنت مخاوف وقلق قادة هذه الدول باعتبار أن الإنترنت والشبكة التي ترتبط بها، والتي يطلق عليها الشبكة العنكبوتية ولدا معا في نفس الوقت وتطورا خارج كل تدخل رسمي بل وخارج حدود الدولة، فالشبكة لا تعير أي اهتمام بالحدود ولا بالقوانين العامة، وهو ما دفع بقادة الدول الثمانية إلى بذل محاولات لتجنب الانهيار المتوقع للسياسة التقليدية من خلال استعادة السيطرة على الإنترنت، وإن كان ذلك يتم صياغته بخبث شديد، بحجة أنهم يسعون لتحقيق ما يمكن أن يطلق عليه العدالة الاتصالية، باعتبار أن هناك فجوة رقمية بين مَنْ يستخدمون الإنترنت ومَنْ لا يستخدمونها سواء على مستوي البلد الواحد أو بين البلاد المختلفة، وهذه الفجوة ستتسبب في تفاقم عدم المساواة الاجتماعية والاقتصادية بين الأغنياء الجدد والفقراء الجدد، وذلك سواء داخل الدول الصناعية وبين الدول الصناعية والدول الأخرى. ويرى هؤلاء القادة إنه من الضروري أن تتدخل الحكومات من أجل إقامة العدالة الاجتماعية، وبدلا من أن تؤدي الإنترنت إلى إضعاف دور الدولة تجعله ضروريًا أكثر من ذي قبل. فالدول المتقدمة تسعي جاهدة للحفاظ على المواقع التقليدية للسلطة والثروة والنفوذ من خلال محاولة السيطرة على مسارات التقدم التكنولوجي، وفي مقدمة هذه الثورة الاتصالية "شبكة الإنترنت".

وتأتي هذه المحاولات ضمن الجدل الدائر حاليًا في أوربا وأمريكا بين هؤلاء الذين يعارضون عودة الدولة باسم الإنترنت، والذين يطالبون بوجود أكبر للدولة، وبين الذين يطالبون بالتنظيم الذاتي للإنترنت وحق مستخدمي الإنترنت في التمتع بمزايا الحرية الإليكترونية، وشعارهم أيها الملاحون عبر الأثير، يا أعضاء شبكة الإنترنت، اتحدوا ضد الدولة ضمانا لحريتكم السياسية والاقتصادية.

ويكشف هذا الجدل عن وجود فريقين: إحداهما يرىٰ أن وضع أي ضوابط من شأنه أن يفرض نوعًا من الرقابة، ويصد الشركات المستثمرة عن إنفاق الاستثمارات في تطوير الإنترنت، بينما يرىٰ الفريق الثاني أن هذه الضوابط القانونية لن تفرض أي نوع من الرقابة، ولكنها سوف تحدد لمستخدم الإنترنت ما يباح وما لا يباح عمله، مثلها مثل التزام قائد السيارة بقواعد المرور في الطرق العامة السريعة، دون أن يؤثر ذلك علىٰ التبادل الحر للمعلومات. وكانت ألمانيا من أوائل الدول الأوربية التي لجأت إلىٰ التشريع بإصدار قانون لتنظيم استخدام الإنترنت ومنع إساءة استخدامها لأغراض إجرامية، ومن التشريعات أصدرتها قانون الملتميديا في يوليو 1997، والذي وسع من القانون الحالي ليشمل الفضاء الإليكتروني، وبدأ العمل به من أغسطس 1997 قبل صدور قرار تحرير سوق الاتصالات اللاسلكية الأوربية 1998، ووفقا لهذا القانون يكون مورد الخدمة مسئولا عن المواد غير القانونية المنشورة علىٰ خوادمه، إذ توافرت لديه تكنولوجيا تمكنه من منع نقل هذا المحتوي، ومع ذلك يستمر في نشر هذا المواد، بعد توجيه تحذير لها، كما قامت عدة دول أوربية بإصدار أما تشريعات جديدة أو تعديل التشريعات الموجودة.

ومن المؤكد إن التشريعات المحلية التي تنظم (أو ستنظم) الإنترنت تختلف من بلد لآخر وفقا لطبيعة القوانين السائدة، فقوانين بعض البلدان الأوروبية، مثل هولندا تسمح بتعاطي المخدرات، فيما تعتبر معظم بلدان العالم هذا الأمر غير قانوني، وتعاقب عليه. ويصنف عدداً كبيرًا من بلدان العالم، القمار ضمن الأمور المشروعة، فيما تعتبره بلدانا أخرىٰ، مخالفاً للقانون. وعلىٰ الرغم من أن كافة البلدان الأوروبية، تعتبر العلاقات الزوجية بين الجنسين خارج مؤسسة الزواج الرسمية، أمراً مشروعاً، فإنها تختلف في تحديد السن القانونية لطرفي العلاقة، فتسمح قوانين بعض هذه البلدان لشخص راشد (يزيد عمره في بعض البلدان علىٰ 18 عاماً وفي أخرىٰ علىٰ 21 عاماً)، أن يقيم علاقة مع طرف آخر لا يقل عمره عن 14 عاماً! فيما تشترط بلدانا أخرىٰ أن لا يقل عمر الطرف الآخر عن 18 عاماً. ولا تجيز قوانين معظم البلدان الإسلامية هذا

النوع من العلاقات إطلاقاً، مهما كان عمرا طرفي العلاقة، ومن ثم فإن الاحتكام إلى القوانين المحلية والوطنية لكل دولة ينتج عنه تبايناً كبيرًا في رؤيتها للتشريعات المنظمة للإنترنت، وللعقوبات التي توقع على استخدام الإنترنت كوسيلة لإتمام الجريمة.

ومن الظواهر الملفتة للنظر عند تطبيق القوانين المحلية على الإنترنت، هي **وجود فراغ قانوني كبير إزاء مستحدثات الاتصال عبر الإنترنت والأنماط الجديدة للجرائم التي ترتكب باستخدامها**، فضلاً عن التباين في تفسير مدى انطباق مواد القانون العام على الحالات الجديدة التي استحدثتها الإنترنت، فمثلا في قضية اختراق موقع مؤسسة اتصالات الإماراتية تباينت الرؤى حول تفسير المواد القانونية التي تنطبق على هذه الحالة، فبينما قال البعض إنه ينطبق عليها المادة 297 من قانون العقوبات الاتحادي، حيث أن المشرع في المادة المذكورة قصد التعميم وشمولها لكل تعطيل أيا كان نوعه لكل وسيلة من وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية المخصصة للنفع العام أو قطع أو تلف في شيء من أسلاكها أو أجهزتها حال دون إصلاحها، بينما قال البعض الأخر أن هذه المادة لا تنطبق على الحالة المعروضة باعتبار أن القانون قد تم سنه قبل تأسيس مؤسسة اتصالات ذاتها.

بيد أن التدخل الحكومي لتنظيم الإنترنت تواجه عدة تحديات وصعوبات. ومن التحديات التي تواجه تطبيق القوانين المحلية والوطنية على الإنترنت، إنه بينما تستطيع أي بلد فرض قوانينها ضمن حدودها الجغرافية، لكن الأمر يختلف عند الحديث عن فضاء إنترنت، حيث لا توجد حدود بين البلدان. فأمريكا مثلاً، التي تحظر قوانين العديد من ولاياتها ممارسة القمار عبر الشبكة، تقف عاجزة عن وقف انتشار هذه الظاهرة، لأنها تنطلق من مواقع ويب قائمة في بلدان أخرى. وبينما تعاقب أمريكا مصممي ومروجي الفيروسات بصرامة، لما تلحقه من تدمير في بيانات الكمبيوتر، لكنها لم تستطع أن تفعل شيئاً، إزاء مصمم فيروس تشيرنوبل الفتاك، تشين إنج هاو، الذي ساهمت الإنترنت في انتشاره، لأنه لا يوجد نص في القانون التايواني، يعاقب على هذا النوع من الجرائم. وبينما تمنع أمريكا أيضاً وضع الصور والأفلام الإباحية،

لأشخاص تقل أعمارهم عن سن الرشد القانونية، وتفرض عقوبات قاسية على من يقوم بذلك، لكن مواطنيها يشاهدون مثل هذه الصور والأفلام، بسهولة، كونها منتشرة في العديد من المواقع الروسية والنرويجية والنمساوية والإسبانية، ويسري هذا الأمر أيضاً، على المخدرات والإرهاب وترويج الجريمة.. .الخ.

ومن بين التحديات التي تواجه التنظيم الحكومي للإنترنت، **عدم كفاية الوسائل الحكومية التقليدية في مواجهة جرائم الإنترنت**، فبالرغم من أن البرلماني الهندي سنّ في عام 1999 قانوناً لمواجهة جرائم الإنترنت وتشجيع التجارة الإلكترونية، لكن التعقيدات البيروقراطية في أجهزة الشرطة والأمن، بالإضافة إلى عدم الكفاية التقنية أدت إلى ضعف في تطبيق القانون، لذا أنشأت الحكومة الهندية الجمعية الوطنية الهندية للشرطة الإلكترونية، التي تتولى مواجهة الجريمة الإلكترونية والتحقيق في الجرائم، بالإضافة إلى وضع الخطط الوقائية. وكانت هذه الجمعية قد نشأت نتيجة لصدور القانون، وتضم ممثلون لمعظم أجهزة الأمن والشرطة في الولايات الهندية، وشركات صناعة المعلوماتية، بالإضافة إلى الاستخبارات المركزية ووزارة الداخلية. لكن منذ إنشائها لم تثبت فاعليتها في مواجهة الاختراقات والجرائم الإلكترونية، لذلك قررت الجمعية طلب المساعدة من "الهاكرز" الشباب، حيث قررت في مطلع عام 2001، إنشاء هيئة استشارية شبابية، مؤلفة من 19 قرصاناً تراوح أعمارهم بين 14 و19 عاماً، لإنشاء الجدران النارية لحماية المواقع والأنظمة الأساسية في البلاد بالإضافة إلى وضع سيناريوهات اختراق للمواقع الحكومية، ومعرفة نقاط الضعف فيها.ورغم عدم امتلاك الشباب أي خلفية في هندسة الكومبيوتر إلا أنهم خلاقون تقنياً، وخبراء في تحليل الشيفرة المصدرية للبرامج، بالإضافة إلى خلو سجلاتهم من أي جنحة. وتعتمد اللجنة الأمنية الإلكترونية على كل الوسائل التقنية الممكنة للدفاع عن المواقع والأنظمة الهندية من الاختراق، والتي كانت قد تعرضت لعدد كبير من الاختراقات والسيطرة على معلومات حساسة، ومن أهمها اختراق الشبكة الداخلية لمركز الأبحاث النووي الهندي، إذ استطاع المخترقون الولوج إلى قاعدة البيانات على الشبكة، وإلى أجهزة

الكومبيوتر المتصلة بالشبكة الداخلية والسطو على معلومات حساسة جداً عن المفاعلات النووية الهندية ودراسات عن تطوير أسلحة جديدة، بالإضافة إلى الاطلاع على البريد الإلكتروني الخاص بعلماء الذرة العاملين في المركز. وتضمنت بعض الرسائل الإلكترونية معلومات نووية دقيقة حول تطوير قنبلة. بل ونشرت مجموعة (Milworm) التي قامت بالاختراق بعض المعلومات كأسماء العلماء، وبعض مراسلاتهم. لكنها احتفظت بالمعلومات الحساسة الأخرى، ووجهت موقع المركز إلى موقع جمعية مناهضة للتجارب النووية، وهددت باستعمال هذه المعلومات في القيام بأعمال خطيرة.

كذلك من الظواهر الملفتة للنظر عند تطبيق القانون المحلي على المخالفين على الإنترنت، **قدرة هؤلاء المخالفين على التحايل على هذه القوانين،** ففي عام 1997 أمرت حكومة ألمانيا مقدمي خدمات الإنترنت بالحيلولة دون اطلاع الألمان على موقع هولندي على الشبكة الدولية، يتضمن مجلة تدعي "راديكال" وهي مجلة محظورة في ألمانيا، وما كان من هذا الموقع إلا أن غير عنوانه على الإنترنت بشكل متواصل، مما احبط عددا كبيرا من جهود منعه، التي كانت تبذل آليا. وعندما حظرت حكومة ألمانيا موقعا يعيد النظر في مسألة المحرقة التي يدعي اليهود وقوعها في أثناء الحرب العالمية الثانية، أنشأ المتحمسون مواقع متعددة في أماكن أخري، حيث كان بالإمكان الحصول على المعلومات المبتغاة.

وفي حال فرضت دولة ما قوانينها الخاصة على استخدامات مواطنيها للإنترنت، فلن تستطيع ممارسة سيادتها إلا جزئياً، فالإنترنت لا تعترف بالحدود، كما إن هناك العديد من المشكلات التي تنشأ من صعوبة قيام الدول باقتفاء أثر وإيجاد الذين ينتهكون حقوق الآخرين على الإنترنت أو يرتكبون الجرائم، ففلسفة عمل الإنترنت لا تقوم على التعامل الجغرافي مع ظواهرها، وإنما مع التعامل الرقمي، والموقع المنطقي للكمبيوتر، والذي يمثله عنوان الإنترنت URL (Internet address) وليس الموقع الطبيعي للكمبيوتر، وبهذا العنوان يمكن تحديد الشخص الذي يستخدم الإنترنت.

ومن ثم فإن الشخص الذي يتخفى باستخدام هوية الفضاء الإليكتروني cyber-identity يمكن أن يستخدم هذه الهوية ليبقي مجهولا، ويتجنب طرق الكشف عنه التي تقوم بها السلطات القانونية، فلو أراد شخصًا ما أن يقوم بنشاط معين مثل المقامرة أو الاحتيال أو تسجيل أسم مجال/نطاق على الإنترنت ضمن مناطق أو دول تتسم بمرونة تشريعاتها، فإنه بمقدوره أن يفعل ذلك بعيدا عن أعين قوانين دولته، وفي ذات الوقت يظل يمارس أنشطته من ذات الدولة، وربما يكون للدولة تشريعا يتحكم في سلوك المستخدم المسيء، لكنها غير قادرة على تطبيقه أو تنفيذه، لأن بناء الشبكة يسمح للشخص بان يظل متخفيًا، ومجهولاً، وبعيدا عن سلطة الدولة للوصول إليه.

كما أن **تأثير الأعمال غير القانونية على الإنترنت ليس مشابهًا لتأثيراتها في الواقع الجغرافي**، فسرعة الإلكترونات والطبيعة التشابكية للشبكة تعني أن تناقل المعلومات عبر الإنترنت لا يتأثر بالمسافة، وبناء عليه فإن تأثيرات الأعمال غير القانونية على الإنترنت، يتم الشعور بها عبر دول العالم المتصلة بالإنترنت، بغض النظر عن الموقع الجغرافي للعمل. ومن ثم فإن تأثيرات هذا العمل ليس مقيدة بمجرد الموقع المحلي المعين، فهي تشع بعيدا عن منطقة الأصل، وفي نفس الوقت تحدث على كل موقع على الشبكة، وهكذا فإن عمل ما يحدث في جهاز كمبيوتر في دبي يؤثر على جهاز كمبيوتر في الصين في نفس الوقت، كما يؤثر في جهاز آخر في القاهرة، بينما الواقع يؤكد أن دبي والقاهرة أقرب لبعضهما البعض جغرافيًا من الصين، ففي العالم الطبيعي فإن تأثير التشويه الذي يحدثه عمل ما، مقيد بالمجال الجغرافي لمقروئية الصحف المحلية ومشاهدة التليفزيون المحلي، بينما على الإنترنت ينشر آثار العمل المسيء في نفس الوقت، وفي العالم كله، بمجرد قرعة على لوحة المفاتيح. ومن ثم فإن أعمال التشويه يتم الشعور بها في كل أنحاء العالم، فتأثيرات أنشطة الإنترنت ليس محددة أو مقيدة بالحدود الجغرافية، لأن طبيعة عمل الإنترنت لا ترتبط بمسافات معينة.

ومن ناحية الإخطار أو الإشعار القانوني، فإن التشريعات التقليدية تعتمد على

فكرة الإخطار أو الإشعار القانوني للفرد في إطار محل إقامته، وفي حالة قيام فرد ما بعمل غير قانوني متعمد، فإنه يتم استدعائه وفقا للقوانين والتشريعات المنظمة لمحل إقامته، ومن ثم فمن الجائز والمعقول استدعاء شخص ما لمحاكمته على فعل ما ضمن حدود دولته وإقامته، بينما لا يكون معقولا أو جائزًا محاكمة هذا الشخص وفقًا لتشريعات مكان أخر، باعتبار إنه أما غير مدرك لطبيعة هذه التشريعات، أو إنه لا يعرف كيفية الوقاية منها ليتخذ الاحتياطات الواجبة لتجنب مساءلته قانونيًا، فمستخدمو الإنترنت غالبًا لا يعلمون عند تصفحهم للإنترنت، أي من التشريعات التي تنظم هذا الاستخدام؟ وكذا أي نوعية من هذه التشريعات تنطبق عليهم؟ ولأي دولة تنتمي؟ فهم فقط يتصفحون مواقع وعناوين الإنترنت التي لا تماثل المواقع والعناوين الطبيعية. وبينما يتعامل منظمو الإنترنت مع مواقعها وعناوينها، يتعامل مستخدمو الإنترنت وفقا للدولة التي يتصلون منها بالإنترنت، وبناء عليه ليس معقولاً أن نتوقع منهم أن يتخذوا احتياطات تتطلبها أنظمة دولة أخري.

ومن ناحية أخري، فإن تعدد طبيعة المعاملات التي تتم على الإنترنت، وتنوع المشاركين فيها، واختلاف طبيعة القوانين التي تحكم هذه المعاملات، يجلب الكثير من النزاعات والصراعات حول هذه المعاملات الدولية، وحتى في حالة حسمها على مستوي دولي، فقد لا يقبل البعض بأن تتم محاكمته وفقا لقوانين مغايرة لقوانين دولته، أو أن يتم استدعائهم للمحاكمة في دولة أخري، عن أفعال لا يتصورون أنها تعد جرائم وفقا لقوانين دولة أخري.. وهو ما أكده تقرير أعده البرلمان الأوربي، حيث ذكر إنه " قد تنشأ صعوبات عملية في تطبيق قانون من القوانين، يعاقب مخالف هذا القانون في دولة من الدول وليس في الدول كلها".

وهو ما حاول الاتحاد الأوربي تجنبه عندما أصدر في أوائل شهر ديسمبر 2000 قانونا خاصا بالتجارة يخضع فيه المنازعات التي قد تنشأ عن شراء السلع والخدمات من مواقع التجارة الإليكترونية لمحاكم مكان إقامة المشتري. وقد وضع هذا القانون حدا

من السجال الذي كان قائما حول جنسية المحاكم الصالحة للبت في مثل هذه النزاعات، ويسمح التشريع الجديد للمستهلكين باللجوء إلى المحاكم المحلية، والاستناد إلى قوانين حماية المستهلك في دولهم الأم في مقاضاة أصحاب مواقع التجارة الإليكترونية على شبكة الإنترنت في حال نشوء نزاع بين المستهلك والبائع. ولكن للقانون آثارا سلبية على أصحاب مواقع التجارة الإليكترونية الصغيرة والمتوسطة الحجم، بسبب عدم قدرتهم على توفير طاقم محاماة للشركة، يكون على معرفة كبيرة بقوانين الدول الخمس عشرة الأعضاء بالاتحاد الأوربي، في حال رفعت أمام محاكمها، وطبقا للقوانين الأوربية دعاوى ضدهم.

وبينما المعلومات المتوافرة على موقع ما على الإنترنت قد لا تقع تحت طائلة القانون في الدولة التي يبث منها، فقد تقع تحت طائلة القانون في دولة أخري تتلقى هذه المادة أو يقوم مستخدم ما في هذه الدولة الثانية باسترجاعها وتحميلها، فناشر في أمريكا مثلا، قد لا يتوقع أن المعلومات الموضوعة على جهازه في أمريكا ربما تنتهي لتُري في فنزويلا مثلاً، أو أن يتم تصفحها أو استخدامها في فنزويلا، وأن ذلك يقع تحت طائلة القانون الفنزويلي، ولو كان يعرف أنها ستري خارج دولته، فربما لن يعرف أين ستصل بالضبط؟ ولو كان يعرف الموقع الذي سيتصل بها، أو سيصل إليها، فإن هناك العديد من الأسئلة حول ما إذا كانت لديه نية مسبقة للوصول إلى تلك الأماكن؟ ومن ثم معرفته بالتشريعات التي تطبق في هذا الأماكن، ومن ناحية أخري يصعب تصور وجود مستخدمين للإنترنت على دراية بطبيعة التشريعات المتنوعة من مكان لآخر، ومن ثم يكون بمقدورهم الالتفاف والتحايل على هذه التشريعات التي تخص دول أخري، إلا إذا كان هؤلاء المستخدمين ممن يعملون لصالح شركات كبري، أو أنهم محترفين في خروقاتهم للإنترنت.

ومن ناحية المشروعية: فلكي يتم تطبيق قانون ما بفعالية، فإنه لابد وأن يحظى بموافقة ورضا المحكومين، وإلا فأنهم سيتجنبونه أو يتجاهلونه، وهو ما قد يؤدي إلى صعوبة تطبيقه، وعندما يأتي الأمر للفضاء السرباني، فإن قانون الدولة قد لا يحظى

بموافقة جماعية للمحكومين، حيث يقاوم عدد كبير من قاطني الفضاء السرباني أية قانون يفرض عليهم من خارج الفضاء السرباني، مثلما حدث مع إعلان استقلال الإنترنت في 8 فبراير 1996.

كما أن دور الدولة في دعم الإنترنت مازال غير واضحًا بالمرة في العديد من الدول النامية بل ولا يزال بعض خبرائها ومسئوليها الذين يتابعون التطورات المذهلة الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات عالميا، يقللون من دور الدولة في هذا الصدد، ولا يتحمسون لأي نوع من أنواع الدعم الذي تتطلبه هذه الصناعة من الدولة، ويرجعون جميع الإنجازات في هذا المجال إلى القطاع الخاص وآليات السوق والمنافسة بين الشركات المختلفة.

وأما عن علاقة تنظيم الإنترنت بالدولة، فقد قلصت من قدرات دول كثيرة على إبراز هيمنتها وسلطاتها، وفرض قوانينها، فمثلاً تبذل سلطات الولايات المختلفة بأمريكا جهودا كبيرة في سبيل إثبات وجود سلطاتها ونفوذها وهيبتها حيال انتشار القمار الفوري الإليكتروني، كما أن نمو التفاعل والتبادل الفوري بأنواعه المختلفة، ونشوء أنظمة السيولة الرقمية أو النقد الرقمي يلحق ضررا بالغا بالسلطات الحكومية ومدي قدرتها على جباية الضرائب بعد تحديدها. والإنترنت تعد قاتلة للضريبة، فضلاً عن تأثيرها في انخفاض الدخل العام في ميزانية بعض الدول، فالعمليات التجارية تجري بعيدا عن سيطرة الدولة، وتتحرك رؤوس الأموال عبر الشبكة بصورة أسرع كثيرا مما يتم عبر أي مكتب من المكاتب الجمركية أو مكاتب تحصيل الضريبة.

وكما أسلفنا فإن الإنترنت لا تعترف بالحدود الجغرافية، والتي تحدد على نحو تقليدي متعارف عليه نطاق الصلاحيات القضائية والقانونية، ولا يوجد إجماع بين دول العالم حاليا حول ما يصح ويستساغ أن يتدفق عبر هذه الشبكة من بث مختلف الأنواع والأشكال. وفي ذات الوقت فإن البعض يتنبأ بأن الإنترنت ستتجاوز حدود الأمة، وستجعل الدولة غير ذات موضوع وأهمية، وستجبر القوانين الخاصة بمنطقة

جغرافية معينة على التخلي عن موقعها لأشكال جديدة من الحكم الصادر عن مستخدمي الإنترنت.

يرى البعض أن دور الحكومة يجب أن يكون مهيمنا في بعض الأحيان، وأساسيا في أحيانا أخرى، وبارزا في ظروف ثالثة، وغير مباشر في مواقف رابعة. ويحددون المشاركون الرئيسيون في تنظيم الإنترنت بأنهم الحكومة بشكل خاص والجامعات والجهات البحثية والجهات الصناعية بالقطاع الخاص. ومن بين أنصار هذا المدخل بعض خبراء صناعة تكنولوجيا المعلومات الأمريكية، الذين يطلبون من حكومتهم الدعم والتدخل - رغم أن صناعتهم تعد المعقل الرئيسي ومركز الثقل والقيادة والمبادأة لهذه الصناعة عالميا. وتعتبر صناعة تكنولوجيا المعلومات الوليدة بالدول النامية في أشد الحاجة إلى هذا الدور الحكومي، والذي يجب أن يتجاوز الدور المهيمن والقيادي والأساسي إلى مستوي الاحتضان الكامل، حتى تتجاوز فترة الميلاد وما بعد الولادة إلى مرحلة النمو والاعتماد على الذات، فدور الحكومة هو التشجيع والترويج لثورة الاتصالات والإنترنت، وفي الوقت نفسه يجب أن تكون واعية بكل القوانين والقواعد المرشدة والمساعدة على ذلك، مع التنبيه لكل ما يمكن أن يضر بسوق الإنترنت، أو يخفض من الاهتمام بها أو بالدعم للمشروعات البحثية الواعدة في مجالها.

والقضية الأساسية هنا هي كيفية تقسيم العمل، وتحديد الأدوار التي يجب أن تلعبها كل من الحكومة والمجتمع الأكاديمي والبحثي، ويقولون إن الحكومة الأمريكية بذلت الجهود الأولى والأساسية في بناء "الإنترنت" واستمرت في رعايتها وتنشئتها، ومع الوقت، طورتها الجامعات والباحثين، والآن دخل مجتمع الأعمال والاقتصاد لتحويلها إلى ثمار تجارية مفيدة للأسواق. ويرى هذا الفريق أن التدخل الحكومي ضروري لتعزيز انتشار التجارة الإلكترونية من خلال حماية أسماء المواقع وعدم السماح بخضوعها لأشكال المساومة والاستغلال المختلفة، وحماية الأسرار التجارية المهنية،

ووضع قوانين لتنظيم أنواع محددة من المعلومات وحمايتها من الاعتداءات والتشوهات غير القانونية، وإن كان من الصعب وضع ضوابط لمحتويات الإنترنت..

التجربة الأمريكية في تنظيم الإنترنت:

تظهر التجربة الأمريكية في تنظيمها للإنترنت أن المحاكم الأمريكية حاولت في البداية تطبيق القواعد والتشريعات التقليدية المتعلقة بالصحف ومحطات الإذاعة على قضايا الإنترنت مثل قضايا حرية الوصول للمعلومات، والخصوصية. وحظيت هذه المحاولات في بعض الأحيان بالرضا وأحيانا أخرى لم يرض عنها أحدًا. وقد كانت ثمة خيارات أمام القضاء الأمريكي في تحديده للقوانين المتعلقة بالإنترنت، وهي:

(أ) **طبيعة الوسيلة نفسها، ومن بين الخيارات المطروحة ما يلي:**

1- تطبيق ذات التشريعات المتعلقة بالصحف المطبوعة والمجلات والكتب وغيرها من المنشورات على الإنترنت، والتي تتمتع تنظيماتها الرسمية بحرية كبيرة.

2- تطبيق التشريعات المتعلقة بالتليفزيون والراديو، والتي تتمتع بدرجة أقل من الحرية، قياسًا بحرية الصحافة فيما يتعلق بالرقابة الحكومية عليها.

3- تطبيق التشريعات المنظمة للتليفزيون الكابلي، وهو تشريعات تقع في منطقة وسطي من حيث الحرية وقلة الرقابة قياسًا بالحالتين السابقين.

4- تطبيق التشريعات المنظمة للاتصالات والرسائل التي تنقل عبر التليفون، والتي تفرض عليها قيود قليلة، وإن كان الاندماج بين معظم وسائل الاتصال، يُصعب إمكانية تطبيق التصنيف السابق، فشركات التليفون يمكن أن توفر برامج فيديو، وشركات الكابل يمكن أن توفر خدمات تليفونية وهكذا.

(ب) الخيارات المتعلقة بالتمييز بين الوسائل على أساس:

1- قدرة الوسيلة الاتصالية على حمل الرسائل الإعلامية، ومدي وجود قيود على عدد القنوات المتوافرة، وما إذا كانت قدرتها محدودة بطريقة ما أو أخري.

2- طبيعة العلاقة التقليدية بين الحكومة والوسيلة، وهل هي تقليديا تتمتع بالحرية؟ أم يعتمد تنظيمها على طبيعة الوسيلة ذاتها ؟

3- طبيعة الدور الذي يلعبه المتلقي في استقبال الرسالة (هل يقوم بدور سلبي أم إيجابي؟) بمعني هل يبذل جهدًا في تلقي الرسالة أم إنه دور سلبيًا يتوقف على المشاهدة أو الاستماع فقط؟

4- طبيعة الوصول للوسيلة ومدي سهولة تعرض الأطفال لرسائلها.

وبناء على هذه الخيارات والقواعد بدأت المحاكم الأمريكية تتلمس موقع القوانين المنظمة للإنترنت، ومدي انطباق أي من قوانين الصحافة والوسائل الإليكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية على الكمبيوتر والإنترنت. ويكشف الحكم الذي أصدرته المحكمة العليا في 1997 عن تصور القضاء الأمريكي للإنترنت كوسيلة اتصال تستحق أن تتمتع بأعلى مستوي من الحماية والحرية، وفقا للتعديل الأول من الدستور الأمريكي، مقارنة بما تتمتع به الصحف والمجلات. وجاء ذلك الحكم ردًا على إصدار الكونجرس الأمريكي لقانون حشمة الاتصالات CDA (1996)، والذي يُجرم نقل المواد غير اللائقة عبر الإنترنت، حيث اعتبرت المحكمة أن هذا القانون يقيد حرية التعبير وينتهك الدستور الأمريكي. ورفضت المحكمة مبررات الحكومة الأمريكية بأن القانون يهدف إلى حماية الأطفال من المواد الإباحية وغير اللائقة التي تنتشر على الإنترنت، وقالت إنه بمقدور الآباء عدم تعريض أطفالهم للمحتوي الضار والمؤذي والإباحي، كما أن الاتصال عبر الإنترنت لا يعد اجتياحًا أو إجباريًا على الفرد، بل يتم هذا الاتصال باختياره وبشكل طوعي، كما إن كل الصور غير اللائقة يسبقها تحذير عن مضمونها، ومن ثم رأت المحكمة إنه من المحتمل أن يعيق التدخل الحكومي في تنظيم وتحديد محتوي الإنترنت، حرية تبادل الآراء أكثر من تشجيعها.

وكان هذا القانون قد صدر ضمن التعديلات التي أجريت على قانون الاتصالات اللاسلكية، ووافق عليها الكونجرس في 14 يونيو 1995، بالرغم من عدم دستوريتها، ونص على غرامة تصل إلى مائة ألف دولار وسنتين سجن في حالة استخدام لغة تتضمن فحش ودعارة وفسق وبذاءة، وتتسبب في ضرر وأذي للآخرين، وخول التعديل لجنة الاتصالات الفيدرالية مهمة تنظيم الإنترنت، وجعل موردي الخدمة مسئولين عما يضعه مشتركيهم على خوادمهم. وصدق الكونجرس في فبراير 1996 على مشروع تعديلات قانون الاتصالات اللاسلكية، ومنها قانون حشمة الاتصالات، والذي وقعه كلينتون في 8 فبراير من ذات العام.

وكان التفكير في إصدار هذا القانون، قد تم عقب انتشار عدد من الممارسات الخادشة للحياءً والتي استهدفت الترويج لأخبار أو صور تخدش الحياء العام عبر شبكة المعلومات العالمية (إنترنت)، وقد اعتبر القانون هذا السلوك جريمة تصل عقوبتها إلى السجن لمدة عامين، ولكن المحكمة اعتبرت أن هذا القانون يمثل تعديا على الدستور الأمريكي الذي يضمن حرية التعبير. وتضمنت عريضة الدعوى التي دعت لإلغاء هذا القانون عددا من الحجج، مضمونها أن القانون لم يُعرف مفهوم (خدش الحياء)، ولم يقدم معايير واضحة لأنماط السلوك التي تدخل في إطاره، وأنه سعى لفرض قيود على استخدام الإنترنت تماثل تلك التي تنظم البث الإذاعي والتلفزيوني، وأنه لا يجب أن تعامل الإنترنت مثل معاملة أجهزة الإعلام الجماهيري، وقالت المحكمة إنه بينما تمثل ندرة الترددات مبررًا لتنظيم البث الإذاعي والتليفزيوني والتدخل في تشريعاتهما، فإن الحالة ذاتها لا تنطبق على الإنترنت، التي يتزايد مستخدميها بدرجة كبيرة، باعتبارها وسيلة ديناميكية متعددة الوجوه تشتمل ليس فقط الخدمات المطبوعة والإخبارية ولكن أيضا الصوت، والصور الثابتة والمرئية، والحوار التفاعلي والتزامني. وأنه من الأفضل أن يكون لها ما للمطبوعات والكلمة المكتوبة من وضع قانوني، وأن القوانين القائمة بالفعل في المجتمع الأمريكي، والتي تجرم التشهير أو القذف أو الطعن في شخصية الآخرين، تحول دون الانحراف بحرية التعبير عن مقصدها وهدفها. وكان

في مقدمة الهيئات التي تبنت هذا الرأي جمعية المكتبات الأمريكية، والتي تضم بين أعضائها ثمانين ألف مكتبة، إذ خشيت أن يؤدي تطبيق القرار الذي أصدره كلينتون إلى وقوعها تحت طائلة القانون، إذا ما تضمنت الكتب أو المطبوعات التي يتم تداولها على الإنترنت ما يخدش الحياء، وهو نفس الموقف تبنته الجمعية الأمريكية للصحافة، والتي ذكر محاموها أن بعض المواد التي تنشرها الصحف سوف يتم تجريمها، إذا ما تم بثها على الإنترنت وفقا لذلك القرار.

وكان موقف المحكمة مؤيدا لتلك الدعاوى، وكان حكمها، إن هذا القرار يتعارض مع الحق في التعبير الذي كفله الدستور الأمريكي، ومع أن محامي الحكومة حاول إن يبين الفارق بين الصحافة والإنترنت، وأن شبكات المعلومات يتزايد انتشارها وتوزيعها بشكل مطرد، مما يجعل من الضروري إصدار قواعد لتنظيم بث المعلومات والصور من خلالها، وبالذات تلك المتعلقة بالأمور الخاصة بالجنس، إلا إنه فشل في إقناع المحكمة بهذا الرأي. ومع أن هذا الموضوع يتعلق، من حيث أطرافه بالولايات المتحدة، أي بقرار أصدره الرئيس الأمريكي، وأبطلته محكمة أمريكية، إلا أن تداعياته وتأثيراته لها طابع دولي، ذلك أن 60٪ من المواد التي يتم نقلها عبر شبكات المعلومات في العالم يتم ضخها من داخل الولايات المتحدة.

وكان اتحاد الحريات المدنية قد رفع قضية ضد دستورية القانون، في نفس يوم صدوره، حيث أثار العديد من التحفظات حول لغته، ومنها تفسير مصطلح عبارة عدم اللياقة أو عدم الاحتشام، وأن القانون لا يمنع فقط المواد الفاحشة، بل يقيد حرية الإنترنت، كما يصعب فرضه على مستخدمي الإنترنت خارج أمريكا. كما عارضه ائتلاف تمكين المواطنة على الإنترنت Citizens Internet Empowerment Coalition. بل وصل عدد معارضيه إلى 57 ائتلافا.

ودلالة قرار المحكمة تتمثل في توجيهه ضربة قاضية للقانون الفيدرالي الذي كان يستهدف تقييد هذه الوسيلة، كما إنه وضع قاعدة قانونية للوكالات الحكومية التي

تسعي لتنظيم الاتصالات عبر الإنترنت ومعاملتها كالصحف، وهو ما أنعكس بالفعل في التشريعات القانونية الخاصة ببعض الولايات التي بدأت تشرع للإنترنت ومحتواها مراعية إلا تتعارض هذه التشريعات مع حق الكبار البالغين في الاستخدام الحر للإنترنت، وإلا تتعارض مع حرية التعبير التي نص عليها الدستور الأمريكي، وأن تختص هذه القوانين بحالات محددة، وأن شعت روح القانون في 20 تشريعًا لولايات أمريكية أثناء محاولتهم تنظيم عمل الإنترنت. وقد أثار قرار المحكمة العليا ابتهاجا لدي أنصار حرية التعبير، كما كان بمثابة تحذيرًا قويًا من الجماعات المناهضة للإباحية من خطر تعرض الأطفال لهذه المواد عبر الإنترنت.

وبعد القرار بدأت الإدارة الأمريكية تراجع مواقفها من تأييد القانون، وتعد لسياسة جديدة تقوم على التنظيم الذاتي للعالم الإليكتروني، مقتنعة بأن التدخل غير الضروري وفرض الرقابة يمكن أن تعيق نمو الإنترنت وتطورها، وأن وسائل الفلترة متاحة للآباء للتحكم فيما يراه أطفالهم من هذه المواد، ومن ثم لا حاجة ضرورية لفرض القيود على المضمون المنشور على الإنترنت، بشكل مشابه لما يحدث في الراديو والتليفزيون.

ومن بين التشريعات الأمريكية التي تنظم حرية التعبير على الإنترنت، قانون جورجيا الجديد الذي يمنع المستخدمين الإليكترونين من الاستخدام المجهل للاتصال عبر الإنترنت، ويضع قيودا حول استخدام شعارات العلامات التجارية كرابط link للمواقع الأخرى، وتصل عقوبة انتهاك هذا القانون إلى السجن لمدة عام (و) أو غرامة تصل إلى ألف دولار. وفي نيويورك يعتبر القيام بنشر مواد غير لائقة أو فاحشة تؤذي الصغار عبر شبكات الاتصال بالكمبيوتر جريمة يعاقب عليها قانونها.

وفي مواجهة صدور تشريعات في أكثر من 20 ولاية، تسري فيها روح قانون حشمة الاتصالات صعد خصوم هذه التشريعات من حملاتهم قائلين أن المشرعين لديهم فكرة غامضة عن الإنترنت، وأن هذه التشريعات غير دستورية. وقام اتحاد الحريات المدنية الأمريكي برفع قضايا ضد عدة قوانين صدرت في نيويورك وجورجيا وفلوريدا

وكاليفورنيا، قائلاً أن الولايات لا يمكن أن تنظم حرية التعبير على الإنترنت ذات الطابع الدولي، فمثلا إذا أرتكب شخصًا ما فعلاً إجراميًا إليكترونيًا في ولاية أيوا، فلا يجب أن يكون عرضة للمساءلة في ولاية مثل جورجيا أو نيويورك، حيث توجد قوانين مغايرة للإنترنت. وعارض الاتحاد قانون جورجيا ليس لقيامه بحماية الأطفال من المعتدين ولكن لعدم وضوح القانون، وقال الاتحاد إن مسمي التحديد المخادع "falsely identifies" الذي يستخدمه القانون لا يميز بين الخداع المقصود والمتعمد، وبين استخدام اسم مستعار، كما لم يحدد قانون نيويورك عبارة عدم اللياقة أو عدم الاحتشام، فهو تعبير غامض. ووفقا لقانون نيويورك يسجن لمدة أربعة سنوات العاملين في المكتبات الذين يسمحون للأطفال برؤية المواد الضارة. حيث لجأت بعض الولايات الأخرى إلى إلزام المكتبات العامة والمدارس بتنصيب Installation برامج للحجب على أجهزة الكمبيوتر، لمنع الصغار من التعرض للمواقع الضارة، بدلا من استصدار قوانين جنائية، وبناء على توصية من الكونجرس تم إلزام المكتبات والمدارس ضمن خطة إلزامية، وإلا تم حرمانهم من الدعم الحكومي لهم، بينما قال البعض إنه لا قانون ولا تكنولوجيا يمكن أن تمنع الأطفال من التعرض لهذه المواد، حيث يرون أن المدخل الصحيح هو إرشاد الآباء لأبنائهم لاستخدام الإنترنت فيما يعرف بتمكين المستخدم "user empowerment".

ولم يكن قرار المحكمة العليا هو الفصل الأخير في معركة تنظيم الإنترنت، ومحاولة السيطرة على مضامينها، إذ أصدر الكونجرس في أكتوبر 98 قانونًا أخر يسمي قانون الحماية الإليكترونية للأطفال Child Online Protection Act (COPA)، والذي عد بمثابة محاولة جديدة لفرض قيود على استخدام الإنترنت في بيع ونقل المواد الضارة لمن لم يبلغوا سن الرشد القانونية، ولمحاولات بعض المكتبات العامة في أمريكا لاستخدام برامج لتصفية/ تنقية/ فلترة بعض المواقع على الإنترنت، والتي احتج عليها عدد كبير من المواطنين لتركيزها على استغلال الأطفال جنسيًا. ولكن لم تمر فترة طويلة حتى صدر حكم آخر بعدم دستورية هذا القانون أيضًا، لتعارضه مع حرية التعبير التي ينص

عليها الدستور الأمريكي، ومن بين الأحكام ذات الدلالة في هذا الصدد الحكم الذي أصدره قاضي فيدرالي في يناير 99، في ولاية أوريجون بأمريكا ضد إحدىٰ الجماعات المسلحة من خصوم الإجهاض، والذين قاموا بإنشاء موقع استهدفوا به بعض الأطباء الذين يمارسون عمليات الإجهاض، ومؤيدو حق المرأة بالإجهاض، حيث طالبهم القاضي بدفع 107 مليون دولار تعويض، باعتبار أن موقعهم يعد عملاً إرهابياً وتهديداً محلياً، بينما قال معارضو الإجهاض أن الموقع لا يدعو للعنف ضد دعاة الإجهاض، وقد أعتبر هذا الحكم بمثابة فاصلا أساسيا بين حرية التعبير علىٰ الإنترنت، وممارسة الترهيب والإرهاب غير القانوني (أكتوبر 99).

وبصفة عامة، عملت الحكومة الأمريكية علىٰ تطوير الإنترنت، كما شجعت القطاع الخاص علىٰ الابتكار والمنافسة، بتبني مدخل تنظيمي مرن، وتعديل قوانين الاتصالات اللاسلكية، ومنع فرض ضرائب جديدة علىٰ الإنترنت، وتشجيع أصحاب الأعمال علىٰ الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، كما زادت من إمكانية الاتصال بالإنترنت من خلال المدارس والمكتبات وحماية البيانات الطبية والمالية المهمة، (أصدرت تشريعًا في بداية عام 2001 لحماية خصوصية هذه البيانات) وتشجيع الخدمات الحكومية علىٰ تبني العمل الإليكتروني عبر الإنترنت لإنجاز مهامهم، وتضييق الفجوة الرقمية بين الذين يملكون، والذين لا يملكون الوسائل التكنولوجية.

ومن القوانين الأمريكية المنظمة للإنترنت ما يلي:

- **قانون الاحتيال وإساءة استخدام الكمبيوتر Computer Fraud and Abuse Act**، وهو قانون صدر في عام 1985 وتم تعديله عام 1994. ويعتبر القانون محاولات النفاذ إلىٰ أنظمة الكمبيوتر الحكومية عملاً غير قانونيا، سواء استهدفت الوصول المتعمد بدون أذن لهذه الأنظمة، أو تجاوز صلاحيات ترخيص الاستخدام، بحيث يتم نقل عناصر ضارة بالبرامج والمعلومات والأكواد والأوامر.
- **قانون حماية الاتصالات الإليكترونية Electronic Communications Privacy Act**،

وهو قانون يحدد شروط الوصول، واستخدام، والكشف، واعتراض وتوقيف، وحماية الخصوصية في الاتصالات الإليكترونية. وقد صدر سنة 1986. ويقصد القانون بالاتصالات الإليكترونية نقل لعلامة أو إشارة أو كتابه أو صور أو صوت أو بيانات (تنقل كلية أو جزء منها) عبر الراديو والأسلاك، والموجات المغناطيسية الكهربائية أو أنظمة التصوير الإليكترونية أو البصرية، وهي الاتصالات التي تؤثر على حركة التجارة بين الولايات أو التجارة الخارجية. ويمنع القانون الوصول غير القانوني للمعلومات وكشف محتويات الاتصالات. كما يمنع المؤسسات الحكومية من طلب كشف الاتصالات الإليكترونية من مورد الخدمة بدون إتباع الإجراءات القانونية.

- **قانون الاتصالات اللاسلكية Telecommunications Act**: وهو قانون وافق عليه الكونجرس في أول فبراير 1996، وصدق عليه الرئيس الأمريكي في 8 فبراير 1996، وهو تشريع عام، يشتمل على عدة مجالات من الاتصالات في الولايات المتحدة بما فيها الاتصالات اللاسلكية وصناعة المعدات، والكابل، والبث الإذاعي، والإنترنت. ويهتم بالتكنولوجيا الجديدة ويحاول استبعاد آثار الاحتكار على صناعة الاتصالات اللاسلكية، ويزيل العقبات التي تمنع الشركات من الدخول للسوق والمنافسة، ويحدد قواعد الملكية الاحتكارية. وبعض مواد القانون تعالج خدمة الاتصالات اللاسلكية عالميًا، وتكاليف الوصول، وتتضمن بعض مواده تشريعات خاصة بالتليفزيون الرقمي والتليفزيون فائق التحديد، وتنظيم أسعار الكابل. وينظم المواد المتعلقة بالعنف في التليفزيون، والمواد غير اللائقة على الإنترنت. وقد قوبلت بعض مواده بالمعارضة في يونيو 1997، حيث انتقدت المحكمة العليا القيود المتعلقة بنشر المواد غير اللائقة على الإنترنت باعتبارها تنتهك التعديل الأول.

- **قانون حماية المستهلك في The Anticybersquatting Consumer Protection Act (ACPA),** والذي يعدل قانون لانهام Lanham Act بإضافة فقرة (43) (d)، وقد صدر في 29 نوفمبر 99، وهو يوفر لمالكي العلامة التجارية علاجا ضد الاحتلال الفضائي cybersquatting وتسجيل العلامات التجارية الأخرى كأسماء المجال "الدومين"،

والتربح من بيع هذه الأسماء، أو تجاوز المرور عبر الموقع. حيث وجد الكونجرس أن التسجيل غير المرخص أو استخدام العلامات التجارية كاسم حقل على الإنترنت على مواقع إليكترونية (المعروف بـ cybersquatting) يؤدي إلى خداع المستهلك حول المصدر الحقيقي لراعي المنتج أو الخدمة، ويؤثر على التجارة الإليكترونية التي تعد وسيلة مهمة اقتصاديًا، كما يحرم مالكو العلامات التجارية من مدخولات أساسية وشهرة المحل لدي المستهلكين.

- **قانون Lanham/Trademark Act** والذي يضع الحدود القانونية والتشريعية العامة للعلامات التجارية، ويرى إنها كلمات أو تصميمات تستخدم في الإعلان عن السلع والخدمات وينظم الحق في استخدامها. كما يحدد القانون مجال العلامة التجارية وإجراءات الحصول على العلامة التجارية، وبراءات الاختراع، وعقوبات انتهاك العلامة التجارية.
- **قانون Anti-Dilution Act** وهو من القوانين الحديثة الخاصة بالعلامات التجارية، ويضع حلولاً لمشكلات العلامات التجارية مثل ما إذا كان مالك العلامة أو الخدمة التجارية المشهورة، يشعر أن قيمة علاماته تم التقليل منها، حتى لو كان المستخدم يستخدم فئة أخري من السلع والخدمات، وهو ينطبق على العلامات المشهورة بالرغم من عدم تحديده لمعني كلمة مشهورة.
- **قانون حق الطبع Copyright Act** والذي يحدد مجال ومدي حماية حرية التعبير وفقا للقانون الأمريكي. وبمقتضاها فإن الأفكار لا تتمتع بالحماية، ولكن التعبير عنها هو الذي يتمتع بالحماية. ويعطي المالك خمسة حقوق امتياز هي: إعادة الإنتاج، التوزيع، إنتاج أعمال مشتقة، الأداء والعرض العلني. وهو يحدد معاني هذه الحقول ويضع استثناءات تشريعية ضد حقوق مالك الحق ويحدد العقوبات.
- **قانون الألفية الرقمية لحق المؤلف The Digital Millennium Copyright Act** : وهو قانون صدر 1988 لتطبيق الفقرة 1 من اتفاقيات حق المؤلف (الويبو) ولمنع الإجراءات

التكنولوجية الخداعية التي تقيد الوصول للأعمال المحمية، ويقيد مساءلة مزودي خدمات الإنترنت، ويتضمن استثناءات لاستخدام برامج الكمبيوتر الشخصية، ويمنح حماية لعامين لبعض التصميمات، وتمت الموافقة عليها في مايو 1999.

- **قانون التجسس الاقتصادي، Econ Espionage**. وهو قانون صدر عام 1996، يضع عقوبات على سرقة معاملة الأسرار التجارية.

ثانياً : مدخل التنظيم الذاتي للإنترنت

يمثل هذا المدخل أصحاب الرؤى الليبرالية والمدافعين عن الحريات المدنية، والذين يقفون ضد أي تدخل حكومي رافعين شعار keep your hands off our net، فهم يرون إنه لا يوجد اتساق بين أي حكومة وبين الإنترنت، وأن الإنترنت بطبيعتها فوضوية وتتمرد على أي سلطة، ولا يمكن أن تخضع للتنظيم المركزي، ويزعمون أن الشبكة الرقمية تعتبر الرقابة عملا مدمراً ومقيدا لها. ويؤكدون إن فكرة الإنترنت ازدهرت فقط بسبب الحرية التي تصل إلى درجة الفوضى، وإن كانت هذه الفوضى لم تعد قائمة الآن، بعد تطور الإنترنت بصورتها الحالية، حيث أصبحت مقولة الفوضى مجرد خرافة، لأن الإنترنت أصبحت فائقة التنظيم، وهناك العديد من اللوائح التي تحكمها أيضا، ليس فقط على المستوى التقني، وإنما أيضًا في أمور عديدة.ويؤكدون إن الشيء الفريد في الإنترنت أن تنظيماتها ظهرت من القاعدة إلى القمة، وليس من القمة إلى القاعدة، وأن قوة الإنترنت الحقيقية كمؤسسة تتمثل في حريتها وفي تنظيمها الذاتي. وأنصار هذا المدخل يمثلون عدة توجهات:

التوجه الأول: يؤمن بمقولة الحكم الذاتي للإنترنت:

وفكرتها أن تقوم الإنترنت بتطوير بنائها السياسي شبه الرسمي بنفسها، وأن تحكم بمواثيق ذاتية الحكم self- governance تؤسسها المنظمات غير الربحية التي تمثل أصحاب الأسهم على الإنترنت، فهم يرون أن تحكم الإنترنت ذاتيا، ووفقًا لبنائها السياسي

والاجتماعي الملائم لمشكلاتها ذات الطبيعة الخاصة، مع مراقبة أنشطتها من قبل المنظمات الدولية غير الربحية مستخدمة في ذلك معايير محددة، أو أن تقوم الجماعات الدولية غير الربحية بتوجيه أنشطتها بشكل مرن، وفقًا لهذه المعايير. على أن يتم تطوير مواثيق خاصة بالتجارة الإليكترونية، وأخري خاصة بالملكية الفكرية وثالثة خاصة بالعلامات التجارية وهكذا.

وتبدو الإدارة الأمريكية أميل لهذا الاتجاه، وقامت مؤخرا بتخويل مسئولية التحكم في أرقام بروتوكولات الإنترنت، ونظام الحقول إلى منظمة خاصة غير حكومية هي ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)، والذي يقوم ميثاقها على الاهتمام بمصلحة مجتمع الإنترنت، وهي هيئة محايدة تتمتع بقوة محددة في تنظيم أسماء الحقول وتسجيلها، ويرى البعض أن جهد إدارة العناوين هي اختبار قوي لكفاءة الحكومة الذاتية للإنترنت، ولكن هذا الحل الأخير ليس عمليًا. ويلاقي العديد من المشكلات وأولها نقص الاعتمادية، فلا أحد سيكون له السلطة الكفيلة بإجبار الأفراد المتمردين أو المنظمات على الالتزام بالنظام، ومن المحتمل إن يتم إدارة هذا النظام، وفقًا للمصالح السياسية أو بقرارات تصدر لمصالح خاصة، ومن ثم سيكون من الصعوبة ضمان صوت حقيقي لكل أصحاب الحصص في القرارات والقضايا الخلافية على الإنترنت. وفي إطار هذه الرؤية العامة لإدارة الإنترنت ذاتيًا، ظهرت بعض الأطروحات منها:

التوجه الثاني: (حكومة الإنترنت):

وتمثله إحدى الجماعات المعروفة بـ Internet Government (InterGov) وهي عبارة عن اتحاد خمسة منظمات تمارس مهامها منذ عام 1991، ترى أن دورها هو جعل الإنترنت تعمل بشكل أفضل وهي تسعي لتوفير إشراف مركزي على الإنترنت، مع الاهتمام بالتفتيش ومراقبة أنشطتها لتوفير معلومات للمستخدمين عن الابتزاز والاحتيال وغيرها من حالات إساءة استخدام الإنترنت، وهي جماعة عينت نفسها بنفسها، ودورها حماية حقوق مستخدمي الإنترنت، وحراستهم من الإساءة إليهم، والقيام

بدور المدافع عن حقوق العامة من مستخدمي الإنترنت، وهي تستخدم قواعد بيانات ضخمة تضم قوائم لأي شخص قام بعمل سيئ على الإنترنت، وتوفرها مجانا ويقوم شخص يدعي Pete Hampton بأعمال رئيس الوزراء، وعدد أعضاء الجماعة 2 مليون مستخدم، وقامت هذه الحكومة بتصنيف المواقع للسماح للمستخدمين بمعرفة ما إذا كانت هذه المواقع عدائية أو ودية ويمكن تصفحها أم لا، ولها جماعات نقاش دولية تهتم بموضوعات متعلقة بالإنترنت، وهي تمثل مستخدمي الإنترنت أمام الحكومات الوطنية التي تحاول فرض رقابة على الإنترنت وللحكومة سفراء أيضا، وهم مستخدمي الإنترنت من دولهم، ووظيفتهم إرسال تقرير لرئيس الوزراء عن الأنشطة الحكومية والمؤسسية التي تؤثر على التدفق الحر للمعلومات على الطريق السريع للمعلومات وإخطار هذه الحكومات عن هذا الكيان الذي يمثل مستخدمي الإنترنت، والذي له قوة بوليس خاصة، تقوم بالاتصال بالبوليس المحلي للتحقيق في أي أعمال تسئ للإنترنت، ويقول إعلان مبادئ هذه الحكومة إنها تتمنى تمثيل كل مستخدمي الإنترنت، وأن موقعها هو ملتقى دولي للنقاش بكل اللغات، وبدون خوف من رقابة. ومن بين مواقعها InterGov Junior، والذي يسمح للشباب بالتعبير عن أنفسهم، وهم يرون إنه لا توجد حكومة تقليدية أو قانون تقليدي على الإنترنت.

التوجه الثالث: (مدخل التنظيم الذاتي بالاعتماد على الوسائل التكنولوجية):

وأنصاره يؤمنون باستخدام التكنولوجيا كوسيلة للتنظيم الذاتي للإنترنت، وأن وجدت عدة توجهات للنظر في طرق استخدامها، إذ بينما يؤمن البعض بالحتمية التكنولوجيا، وأنها وسيلة قوية للتغيير، وتقدم مجتمع الإنترنت، وضبط ممارساته، وإدارة أنشطته باستخدام أدوات تكنولوجية مساعدة مثل وسائل تنقية المضمون، وحجب المواقع الضارة...الخ فإن البعض الأخر يؤمن باليوتبويا التكنولوجية والعالم الخيالي للإنترنت وحكومتها الافتراضية، ومواطنيها الافتراضيين...الخ، لكنهم لا ينكرون المخاطر التي تسببها الإنترنت، وإن كانت نظرتهم مفعمة بالرومانسية.

كما تتباين المواقف من التكنولوجيا كوسيلة للتنظيم الذاتي للإنترنت، فبينما يرى البعض أن التكنولوجيا تمثل قوة ضاغطة تهدد خصوصيتنا، وأنها أكبر من قدرة البشر على التحكم فيها، فإن هناك فريقا أخر من المحايدين يرى إن التكنولوجيا هي قوة محايدة تتوافق مع أهداف واحتياجات البشر، وأنها مجرد أداة، ولا تقوض حريتنا أو تقرر مصيرنا، وأن استخدامها في الخير أو الشر يتوقف علينا.

التوجه الرابع: (مدخل التنظيم الذاتي بالاعتماد على الأخلاق وآداب التعامل على الإنترنت):

وهو يدعو إلى الاستناد للأخلاق وآداب التعامل على الإنترنت كمرشد وموجه لسن القوانين، ويرى أنها المنظم الحتمي للإنترنت، والذي يضع حدًا للأنشطة السلبية على الإنترنت، وهذه الآداب تعد بمثابة المعايير المقبولة للسلوك على الإنترنت، وهي معايير شائعة وعامة ومعروفة لدي مستخدمي الإنترنت مثل (لا ترسل رسالة تقول كيف أزيل اسمي من القائمة). (لا ترسل إعلانات أو بريد غير مفيد لعدة مستخدمين في الجماعات الإخبارية) ولكن السؤال هل يمكن ترك مهمة إدارة الإنترنت لتقاليد وأعراف غير ملزمة؟ وماذا يحدث لو تم انتهاك هذه القواعد...الخ

التوجه الخامس: (المدخل التوفيقي بين أسلوب التنظيم الحكومي، والتنظيم الذاتي):

وهو يقوم على إيجاد حدود مشتركة بينهما، تمكنهما من التواجد معاً. وقد ظهر هذا الاتجاه بين أعضاء إحدى لجان مؤتمر Cyberspace and the American Dream VII، في مدينة آسبن، الذي يعقد، سنوياً، بتنظيم من مؤسسة Freedom & Progress الداعية للحرية الفكرية على الإنترنت، والمهتمة بدراسة آثار الثورة الرقمية على السياسات العامة.وقد ظهر هذا التوجه من خلال الإجابة عن سؤال يدور حول أي القوانين يجب أن تسود عند وضع قواعد البيع والشراء على الشبكة، فهل ستسود تنظيمات الحكومة،

أم تنظيمات الصناعة الذاتية، كأساس راسخ للتجارة الإلكترونية؟ وكان الرد إنه لا توجد إجابة موحدة تناسب هذا السؤال. فقد تحتاج التعاملات لأطر عامة مختلفة سواء بين الشركات، أو التعاملات بين الشركات والمستهلكين، أو التعاملات بين مستهلك – ومستهلك آخر، (كالذي يحدث في مواقع المزادات، مثل موقع eBay، والذي أوجد تنظيمات خاصة فريدة من نوعها). ففي حالة إساءة الاستخدام، تقبل إدارة موقع eBay الشكوى من الطرفين المتعاملين، وتطبق بعد ذلك الإجراء الذي تعتقد إنه مناسب، ضد البائع، أو المشتري المخادع.

وأنصار هذا المدخل ومنهم مدير الاتحاد الأوربي يرون أن التحدي يتمثل في التوفيق بين أسلوبين هما :الأسلوب التنظيمي، والتنظيم الذاتي، وإيجاد حدود مشتركة بينهما، تمكنهما من التواجد معاً". والأساس الذي يجب أن يعامل عليه هذا الإشكال، هو أن بعض الأمور من اختصاص الحكومات، بالتأكيد، فيما تتطلب المسائل الأخرى دوراً تقوم به الصناعة. وقال مدير الاتحاد الأوروبي:"نعتقد أن الأمر يتعلق بالخليط المناسب، فالواقع يُملي علينا دراسة كل مسألة على حدة". وقال أعضاء اللجنة أن فرض الضرائب على الشبكة، ومسألة الخصوصية وحماية المستهلك، وحقوق الملكية الفكرية، وموضوع المسؤولية القانونية، كلها مواضيع تدعو إلى وضع نماذج تنظيمية حكومية، ونماذج تنظيم ذاتي، مختلفة.

ثالثًا : مدخل التنظيم الدولي للإنترنت :

في إطار هذا المدخل، توجد عدة توجهات منها :

التوجه الأول: القائم على التدخل الدولي المنسق

من خلال تشكيل منظمة دولية جديدة بينية Intergovernal تتألف من ممثلين من الدول التي تستخدم الإنترنت، ولا يمثلون حكوماتهم، وتقوم هذه المنظمة بتأسيس قواعد وتشريعات جديدة للفضاء الإليكتروني، تكون بمثابة تشريعًا دوليًا، ويكون لها

صلاحية القيام بمهام مثل تحديد أسماء الحقول. وفي نفس الوقت تتمتع بقوة فرض التشريعات الدولية مثل فرض القيود على الأشكال الممنوعة من حرية التعبير والآراء. وأصحاب هذه الرؤية يرون أن وجود منظمة دولية بمثل هذه الطبيعة تشبه الأمم المتحدة، وفي نفس الوقت تتمتع بقوة تشريعية على الإنترنت سوف تتغلب على بعض عقبات تطبيق النموذج الحكومي على الإنترنت، حيث ستتجاوز سلطتها الحدود الجغرافية، ولكن السؤال هو كيف تفرض مثل هذه المنظمة غير الحكومية قواعدها على الإنترنت عامة ؟ وأي سلطة يمكن أن تنجح بها هذه المنظمة في حكم الشبكة؟ في وقت لا يوجد فيه ضمان بألا تقع هذه المنظمة صرعى الخلافات حول تحديد أجنده اهتماماتها أو توجيه أعمالها وفقا للمصالح الخاصة للمشاركين فيها، وبالرغم من أن هذا الطرح يعد بديلا جذابًا، فإن مشكلات التنفيذ والبيروقراطية ربما تؤدي به لأن يكون حلاً غير فعالاً على المدى الطويل، كما أن مثل هذه التنظيمات تحتاج إلى دعم معنوي ومادي كبير لكي تحتل مكانتها اللائقة، فمثلاً فشل منتدى الإنترنت العالمي في عقد أول قمة دولية له في لندن في نوفمبر 2000، بحجة إنه لم يحظ بالاستجابة المطلوبة من مختلف دول العالم. وأعلن روبرت بلانبي، الرئيس التنفيذي للمنتدى، إنه لم يكن من الملائم المضي قدمًا في عقد القمة، بينما تغيب عنها الجمهور المستهدف من ممثلي الشركات الدولية، والوزراء المختصين من كل دول العالم. وكان من المقرر أن تعقد القمة بوسط لندن، بحضور وزيرة الثقافة تريس سميث، ووزيرة الدولة للتجارة الإلكترونية البريطانيتين باتريشيا هوايت، لبحث دور الحكومات في مراقبة الإنترنت، ومستقبل التجارة الإلكترونية، وتأثير الشبكة الدولية على المجتمع.

التوجه الثاني: (القائم على التعاون الثنائي والجماعي للوصول لتشريعات تقنن للإنترنت في بعض جوانبها):

ومن بين المحاولات الدولية توصل كل من في الولايات المتحدة ودول الاتحاد الأوروبي في مارس 2000 إلى اتفاق حول حماية المعلومات الشخصية على شبكة

الإنترنت. وقد أدى الاتفاق إلى تهدئة المخاوف في أوروبا إزاء الحفاظ على سرية المعلومات الشخصية عند انتقالها عبر الإنترنت إلى الولايات المتحدة، حيث تقل معايير الحفاظ على السرية عن مثيلاتها في أوروبا، وبموجب الاتفاق يتعين على الشركات الأمريكية تطبيق معايير السرية الأوروبية في التعامل مع المعلومات الواردة من أوروبا، وكان الخلاف حول هذا الموضوع قد اشتد في الآونة الأخيرة بين الجانبين مهددا نمو التجارة عبر الإنترنت.

ومنبع الخلاف هو أن الشركات الأوروبية تحكمها تشريعات قانونية خاصة بحماية المعلومات الشخصية، في حين تتبع الشركات الأمريكية في هذا الصدد قواعد غير ملزمة من الناحية القانونية. ويحظر الاتحاد الأوروبي تبادل المعلومات مع الدول التي لا توفر نفس مستوى معايير السرية المعمول بها في أوروبا، ولكن الاتفاق سيسمح باستمرار الشركات الأمريكية في تلقي المعلومات من أوروبا إذا تعهدت بحماية سريتها. وقد نشأت المشكلة لاختلاف النظم الحاكمة لتعامل الشركات مع المعلومات الشخصية المتنقلة عبر شبكة الإنترنت.وكان الجدل حول سرية المعلومات على الإنترنت قد احتدم مؤخرا في الولايات المتحدة بعد الكشف عن أن عددًا من شركات التجارة الإلكترونية تقوم بالتنقيب عن المعلومات المتعلقة بحركة التجارة عبر الإنترنت من أجل التعرف على طبيعة وأنماط الاستهلاك واستخدامها في استراتيجيات التسويق.وقد أبدت حكومة الرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون الرغبة في تسوية هذه المشكلة مع دول الاتحاد الأوروبي قبل انتهاء فترة رئاسته في شهر نوفمبر 2000. وسيقوم الكونجرس الأمريكي بمناقشة الاتفاقية التي تم التوصل قبل التصديق عليها.

جرائم الإنترنت والاتفاقيات الدولية:

التوجه الثالث: يمثله التعامل مع الجريمة الإلكترونية (Cyber Crime)

وهو مصطلح كان حتى الأمس القريب يستعمل في أفلام الخيال العلمي، إلا أن انتشار شبكة الإنترنت جعله واقعاً تجتهد دول عدة لمكافحته، وتخصص له ميزانيات

كبيرة. فالتطور في الشبكة ودخولها معظم مرافق الحياة واعتبارها العمود الفقري للعولمة وأساساً للتجارة الإلكترونية، فرضت مواجهة حاسمة مع من يحاول استغلالها في أنشطة إجرامية.

ومع تزايد الاختراقات للأنظمة والشبكات المعلوماتية، مع ما لذلك من تأثير اقتصادي سلبي، وتهديد لسلامة "قوافل" التجارة الإلكترونية، كان لا بدّ من قانون عالمي أو اتفاق يواجه الجرائم الإلكترونية، ويضمن ملاحقة مخترقي الشبكات واللصوص الإلكترونيين، والحد من انتشار ظاهرة الجريمة الإلكترونية.

وقد عمل الاتحاد الأوروبي منذ فترة على صياغة معاهدة دولية لمواجهة الجرائم الإلكترونية (Cyber Crime)، تعددت مسوداتها منذ العام 1997، إلا أن الصيغة شبه النهائية ظهرت في نوفمبر 2000 تمهيداً لاعتمادها والتصويت عليها مطلع 2001 من الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي ومن ثم اعتمادها عالمياً. وستقدم المسودة إلى الهيئات التشريعية للمصادقة عليها، ثم يجري التوقيع عليها من قبل كل حكومة توافق على تنفيذ بنودها. وتعد هذه الاتفاقية بمثابة أول اتفاقية دولية من نوعها تعتبر عمليات التسلل الإلكتروني، والاحتيال الإنترنتي ودعارة الأطفال عبر الإنترنت، جرائم يجب مكافحتها. كما تسمح لقوات الشرطة بالتحقيق في هذه الجرائم عبر الحدود الوطنية، وأن حدث ووافقت دول العالم على هذه الصيغة، فإن الميثاق سيطلب من مزودي خدمة الإنترنت حفظ المعلومات الخاصة بالمشتركين بخدماتها، والسماح لقوى الأمن بالتحري والبحث، وحجز البيانات، من الشبكات الكومبيوترية، ومن الشركات المزودة نفسها، وتوظيف هذه البيانات في إثبات التهم على المشبوهين. كما تنص صيغة الميثاق على حظر أجهزة التسلل الإلكتروني، إلا إذا كانت تستخدم من قبل الشركات بهدف اختبار نظمها الأمنية الخاصة.

وكان 41 مسؤولا من الدول الأعضاء للمجلس، ومن وكالة حقوق الإنسان التابعة للاتحاد الأوروبي، قد نجحوا في التوصل إلى صيغة الاتفاقية الجديدة بعد 3

أعوام من المداولات في أجواء تقترب من السرية، إذ لم تعقد الاجتماعات المغلقة تحت الأضواء الإعلامية أو داخل منتديات التقنيات المتطورة، بل داخل مقر المجلس الأوروبي في ستراسبورغ في ردهات المكاتب الأوروبية. وساهم في جهود وضع بنود الاتفاقية، منذ البداية، كبار الحقوقيين من وزارة العدل الأميركية، ومسؤولون من كندا واليابان وجنوب أفريقيا الذين سيوقعون على صيغتها النهائية على الأرجح. ووفقاً للقانون الأوروبي، ستعرض المعاهدة للموافقة على أعضاء الاتحاد مطلع 2001، وتدخل بعدها حيز التنفيذ في الدول الأوروبية بالإضافة إلى الدول الصناعية الثماني التي تضم من خارج الاتحاد الأوروبي الولايات المتحدة واليابان وروسيا وكندا ومن داخله فرنسا وألمانيا وبريطانيا وإيطاليا. ورغم ان الولايات المتحدة ليست عضواً في الاتحاد الأوروبي، فقد ساهم مسؤولون من وزارة العدل الأمريكية ومكتب التحقيقات الفيديرالي FBI في صياغة المعاهدة وإضافة فقرات إليها.

وبعد أيام معدودة من نشر مضمون المسودة الأولى للميثاق في شهر أكتوبر 2000 انهال على المجلس سيل من الرسائل الإلكترونية الغاضبة المليئة بالانتقادات، حيث انتقدت جماعات الحريات المدنية بشدة المعاهدة المقترحة، وقالت إنها تأتي على حساب الحريات الشخصية، ومن بين الانتقادات، ما وجهته حملة الحرية العالمية للإنترنت The Global Internet Liberty Campaign، والتي تضم أكثر من 30 جماعة تدافع عن حقوق الإنسان والتكنولوجيا، حيث رأت أن هذه الاتفاقية تقوض أمن الشبكة، وتقلل من فرص مد فرض القانون بشكل مناسب، وقد تؤدي إلى تأثير مدمر على حرية تدفق الأفكار، وتزيد من قدرة الحكومة على البحث والتقصي عن كل أنواع الجرائم وليست فقط الأنشطة الإليكترونية، وأن جزاءا كبيرا منها يهتم برقابة السلطة والتعاون عبر الحدود، ووجهت خطابات لرؤساء الدول الأعضاء في المجلس الأوربي، وقال دافيد سوبل المستشار العام في مركز معلومات الخصوصية الفردية الإلكترونية في واشنطن أن «الاتفاقية تتوجه بشكل كبير نحو زيادة صلاحيات الحكومات في التحقيق، على حساب حقوق الإنسان والخصوصية الفردية» مؤكدًا "إن الطبيعة المغلقة والمنعزلة لكل

العملية (أي عقد الاجتماعات والتوصل إلى الاتفاق) تنعكس بشكل واضح في النتائج (المعلنة)". وقد أرسل المعهد مع الاتحاد الأميركي للحريات المدنية ومنظمة "بريفاسي انترناشينال" المتخصصة بقضايا الخصوصية الفردية، ومقرها لندن، ومجموعة من المنظمات الأخرى، رسالة احتجاج رسمي، أشارت إلى أن الاتفاق "يمثل خطرا كبيرا على الخصوصية وعلى حقوق الإنسان لمستخدمي الإنترنت". وتلقى الاتحاد الأوروبي العديد من الانتقادات الرافضة لصيغة المعاهدة، مما دفع قسم الجرائم الاقتصادية في الاتحاد إلى نفي أي صيغة قد تُمرر ضد مصالح مستخدمي الإنترنت، إلا أن المسؤولين يجادلون بأن الطبيعة الدولية للإنترنت تجعل من المستحيل مكافحة الجرائم في الفضاء المعلوماتي، من دون منح صلاحيات كبرى للبحث والتحري والتوقيف. ويقول بيتر كسونكا نائب مدير قسم الجرائم الاقتصادية في المجلس الأوربي، وهو القسم الذي اشرف على تنسيق أعمال وضع مسودة الميثاق «من الصعب جدا ملاحقة المتهمين، لأن البيانات سريعة التغير، كما يمكن محوها خلال ثوان معدودات، وأن لم تتوفر خطوات سريعة لرصد الاتصالات السابقة، والجرائم عبر الإنترنت، فإنه لا يمكن تقديم الجناة إلى العدالة"، مضيفًا: "إننا نتحدث هنا عن مواقع إنترنتية تعلم الناس طرق تصميم القنابل، وتدعي أنها تقوم بذلك لأهداف تربوية".

وكان الحكومات الأوروبية قد بدأت بالفعل مواجهة المواقع الإنترنتية التي تروج للأفكار النازية في كثير من دول أوروبا الغربية. وقد قاضت مجموعات فرنسية بوابة "ياهو" الإنترنتية لعرضها التذكارات النازية في مزاد إلكتروني، فيما قاضت ألمانيا "كومبيوسيرف" لسماحها بإنشاء مواقع نازية تستخدم جهازها الخادم، إلا أن الاتفاقية الجديدة تتجنب مهاجمة مثل هذه المواقع، لأن قاعدة "فيرست امندمنت" أو التعديل الأول التي تحمي حرية التعبير في الولايات المتحدة، ستبطل صلاحية بنودها. وقد اعتبر البعض أن هذا الميثاق هو بداية جديدة في طريق طويل». بينما يعترف البعض الأخر بان الاتفاقية لن تنهي الجرائم الإلكترونية عبر العالم لأنها لن تشمل كل دول العالم، خصوصا تلك الدول التي تنتهك فيها حقوق الإنسان، وبالمقابل فإن عدم

وجود مثل هذه الاتفاقية سيسمح، حسب المسؤولين، للمتسللين العمل بسهولة داخل الدول التي يتوافر فيها حرية أكبر، كما هو الحال الآن.

وتتضمن المعاهدة بنوداً عدة تتناول تعريف الجريمة الإلكترونية وأشكالها والعقوبة المقررة عن كل جرم. وعلى كل دولة تتبنى المعاهدة أن تلتزم الآتي:

أولاً: اعتبار أي دخول غير قانوني على نظام كومبيوتر أو وسيلة اتصال بالإنترنت هجوماً إجرامياً.

ثانياً: تجريم إنتاج أي من الأجهزة والبرامج المستعملة للاختراقات أو تعطيل أنظمة الكومبيوتر وتوزيعها.

ثالثاً: الاتفاق مع مزودي الخدمة (ISP) على جمع معلومات عن زبائنهم وتخزين هذه المعلومات.

رابعاً: العمل لحفظ الأدلة على الجريمة واستعمالها ضد المخترق.

خامساً: تجريم المواقع التي تعرض جنس الأطفال وملاحقة المسؤولين عنها.

وينطلق المعارضون للمعاهدة من نقاط عدة أهمها الفقرة التي تلزم مزودي الخدمة (ISP) تخزين معلومات عن المشتركين، كالمواقع التي يزورونها وقت اتصالهم بالإنترنت وغيرها من المعلومات الخاصة، وتسليم هذه المعلومات إلى السلطات التي قد تستعملها كوسيلة لتحديد المعارضين واضطهاد القوى السياسية المعادية لنظام الحكم.

أما المعارضون التقنيون أو العاملون في صناعة برامج أمن المعلومات وحماية الأنظمة، فيعارضون المعاهدة بسبب الفقرة التي تجرم صناعة برامج أمنية أو برامج الهكره (Cracking) في الأنظمة. وتطاول الملاحقة صانعي البرامج رغم أن مديري الشبكات والمواقع يستخدمون هذه البرامج لفحص أمن أنظمتهم بالقيام بعمليات اختراق شبيهة بواسطتها. وهددت مجموعات معارضة باتخاذ خطوات تصعيدية إذ ما قرر الاتحاد الأوروبي المضي قدماً في الصيغة الحالية للمعاهدة.

ولا شك في أن النص الحالي للمعاهدة يحتاج إلى إعادة نظر، وخصوصاً تلك الفقرات المثيرة للجدل. فالمعاهدة من ناحية المبدأ ضرورة ملحة لضمان الاستقرار والأمن على الشبكة لما في ذلك من ازدهار للتجارة الإلكترونية. ومن جهة ثانية يجب أن تبقى حرية الفرد وخصوصيته منطلقاً أساسيا لأي نص قانوني. ومن ثم يجب أن تسعى أي معاهدة مثل هذه لضمان تحقيق بين الجانبين.

التوجه الرابع: (القائم على التعاون الدولي في مجال أمن وسلامة المعلومات)

ويتمثل فيما أعلن عنه في بداية عام 2001 من تشكيل منظمة عالمية بين الحكومات وقطاع تكنولوجيا المعلومات، تضم اكبر الأسماء في صناعة برمجيات الكمبيوتر لمواجهة جرائم الإنترنت، يصل إلى 89 شركة، ومنها شركات (آي.بي.ام) و(انتل) و(ايه.تي.وتي) و(مايكروسوفت) وأوراكل والعديد من الشركات الأخرى المتنافسة، لإنشاء نظام عالمي للإنذار المبكر لتبادل المعلومات عن نقاط الضعف في البرامج والبيانات الحاسوبية، وعن نشاطات قراصنة الإنترنت الماكرين وغيرهم من الأشخاص الذين يخططون للقيام بجرائم حاسوبية. ويضم هذا التجمع أيضا الحكومة الأمريكية ومكتب التحقيقات الفيدرالية (اف.بي.آي) ووزارة التجارة الأمريكية ومجلس الأمن القومي وسلسلة من المراكز في أنحاء العالم لمقارنة وموازنة المعلومات، ومن ثم توزيعها على الأعضاء. وسعيًا للحد من الضرر الذي قد ينجم عن تداول المعلومات الخاصة بنقاط ضعف البرامج ولا تشارك المجموعة مثل هذه المعلومات مع أي طرف خارج المنظمة. وقد ساهمت الشركات مبدئياً بما مجمله 750 ألف دولار لإنشاء مراكز تحليل وتبادل المعلومات في حلف تنسق أعماله الجمعية الأمريكية لتكنولوجيا المعلومات. ويجمع هذا الحلف تحت سقف واحد شركات متنافسة مثل مايكروسوفت مع الـ (اف.بي.آي) ويمكن للشركات الانضمام للحلف بدفع رسم قدره 5 آلاف دولار. ويتم إدارة مراكز تحليل وتبادل المعلومات بموجب عقد مع شركة (أنظمة أمن الإنترنت) (آي.اس.اس) التي بدأت منذ فترة بإدارة شبكات جمع معلومات مشابهة نيابة عن عملائها.

التوجه الخامس: يمثله وجود منظمة دولية، تأتي الاتفاقيات المتعلقة بالإنترنت ضمن اهتمامها، ومنها:

(1) منظمة الويبو التابعة للأمم المتحدة، والتي سعت لإرساء معايير جديدة لحماية حق المؤلف في الفضاء الإلكتروني. ومن أهم إنجازات منظمة الويبو هي معاهدة حقوق الطبع WCT (WIPO copyright Treaty ومعاهدة Performances and Phonograms treaty (WPPT) أو الأداء والتسجيلات الصوتية، 1996 (والمعروفتين معاً باسم "معاهدتي الإنترنت" في كثير من الأحيان) والتي يتم تبنيهما حاليا من قبل العديد من الدول، ولقد أعلنت الولايات المتحدة عن نيتها في تبني المعاهدات في سبتمبر 2000، وبذلك فهي تفتح الباب أمام دول هامة أخري لإتباع خطواتها. وتوفر هاتان المعاهدتان الحد الأدنى من المعايير والمواصفات الواجب تبنيها من قبل دول العالم، والتي يجب إقرارها ضمن التشريعات الداخلية لديها، من أجل توفير أقصي حد ممكن لحماية الممتلكات الفكرية عبر ويب.

ووضعت هاتان المعاهدتان قواعد دولية ترمي إلى منع النفاذ إلى المصنفات الإبداعية أو الانتفاع بها على شبكة إنترنت أو النفاذ إلى شبكات رقمية أخرى دون تصريح بذلك. وتأتي هذه المحاولات ضمن أنشطة منظمة الويبو التابعة للأمم المتحدة لحماية حقوق الملكية الفكرية وحق المؤلف، وهي الحقوق التي تأثرت بصورة هائلة بفضل التقدم التكنولوجي، والذي أدى إلى استحداث وسائل جديدة لنشر الإبداعات بمختلف طرق الاتصال العالمية مثل البث عبر الأقمار الصناعية أو الأقراص المدمجة.

(2) المحاولات الدولية التي تمت برعاية منظمات دولية تابعة للأمم المتحدة مثل قانون التجارة الإليكترونية، والذي أقرته لجنة الأمم المتحدة للتجارة الدولية اونسيترال، باعتباره قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية يمكن للدول الاستفادة منه لتطوير قوانينها الخاصة بالتجارة، لتتماشى مع تطورات الانتقال من الاقتصاد الصناعي إلى الاقتصاد الرقمي، فعمليات التجارة الدولية التي اتجهت أكثر فأكثر نحو تبادل

البيانات، واستعمال وسائل الاتصالات الحديثة فرضت استعمال وسائل أخرىٰ غير الملفات الورقية للاتصال، وقد أقرت الاونسيترال عام 1996 قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية اقترحته علىٰ الدول التي تعمل علىٰ تطوير قوانينها المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

التوجه السادس: القائم على قواعد القانون الدولي وتنظيم الإنترنت كوسيلة اتصالية:

يستند هذا التوجه لما تطرحه قواعد القانون الدولي، ويرىٰ أن كل القوانين الدولية تكاد تعتمد علىٰ سبعة مبادئ رئيسية يفترض أن يعمل وفقا لها أعضاء الأمم المتحدة وأن يدفعوا شعوبهم للالتزام بها (بسيوني حمادة، 2002) وهي :

1- عدم استخدام القوة، بمعنىٰ إن الدول لا يجب أن تستخدم القوة أو تهدد باستخدامها في مواجهة دول أخرىٰ أو حقها في تقرير مصيرها أو حرية أو استقلال شعوبها. وفقا لهذه القاعدة يمثل العدوان جريمة في حق المجتمع الدولي وانتهاكا صارخا للسلام، ولذلك يحظر علىٰ أي دولة احتلال أراضى دولة أخرىٰ بالقوة أو الاعتراف القانوني بهذا الحق.

2- التسوية السلمية للمنازعات الدولية، فالدول ملزمة وفق هذه القاعدة بتسوية خلافاتها بالطرق السلمية أي بالتفاوض أو الوساطة أو التحكيم دون اللجوء للعدوان العسكري.

3- عدم التدخل، فليس من حق أي دولة التدخل بأسلوب مباشر أو غير مباشر في أي من الشؤون الداخلية لدولة أخرىٰ، ولا يقتصر منع التدخل علىٰ استخدام القوىٰ العسكرية ولكن يشمل كل أشكال الضغط الاقتصادي أو السياسي الهادف لزعزعة الاستقرار السياسي والاندماج الاجتماعي لدولة أخرىٰ، فكل دولة لها حق غير متنازع عليه لاختيار نظامها الثقافي والاقتصادي والسياسي بدون تدخل خارجي.

4- التعاون الدولي، بغض النظر عن الاختلافات بين الدول، إذ عليها التعاون مع بعضها البعض لحفظ السلم والأمن الدوليين ولتحقيق الاستقرار والتقدم الاقتصادي. ويفهم من ذلك ضرورة إقامة العلاقات الدولية وفق أسس من المساواة والتكافؤ وعدم التدخل واحترام حقوق الإنسان ومقاومة التميز العنصري والاضطهاد الديني.

5- حق الشعوب في تقرير مصيرها، فكل الشعوب لها الحق الكامل في الاختيار الحر لتقرير وضعها السياسي والثقافي والاقتصادي ولضمان ذلك عليها أن تحترم نفس الحق للدول الأخرى وفق قاعدة الحقوق المتساوية.

6- السيادة المتساوية لكل الدول، حيث نص ميثاق الأمم المتحدة على السيادة المتساوية لكل الدول وذلك على الرغم من الاختلافات الواضحة بين الدول سياسيا واقتصاديا وثقافيا فالدول متساوية أمام القانون الدولي، ولها حق ممارسة سيادتها كاملة غير منقوصة على أراضيها وفى تعاملها مع الأعضاء الآخرين.

7- التزام المزايا الحسنة، وتقر هذه القاعدة ضرورة التزام الدولة مخلصة بالقانون الدولي ومقتضياته من خلال وعيها الكامل بمتطلبات الالتزام بميثاق الأمم المتحدة الذي يجب أن يعلو على أي اتفاقية دولية أخرى.

وفي إطار هذا التوجه يتم التعامل مع الإنترنت باعتبارها وسيلة اتصال دولية، ينطبق عليها المبادئ الحاكمة لحرية الإعلام والاتصال الدولي في الأمم المتحدة ومن بينها:

1- **ميثاق الأمم المتحدة** والذي تم توقيعه في 26 يونيو 1945، وتم العمل به بدءا من 24 أكتوبر 1945، والذي ينص في مادته الأولى على أن الأمم المتحدة تسعى لتحقيق التعاون الدولي، وتشجيع احترام حقوق الإنسان، وتوفير الحريات الأساسية للجميع بدون تمييز على أساس العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين. أما المادة رقم (55) فتنص على أن الأمم المتحدة يجب أن توفر الاحترام الدولي لحماية ومراقبة حقوق الإنسان والحريات الأساسية. كما تنص الفقرة رقم (58) على إنشاء لجنة لحماية حقوق الإنسان.

2- **دستور اليونسكو** : الصادر في 16 نوفمبر 1945، والذي يشير في الفقرة السادسة منه

إلى أن أعضاء المنظمة يؤمنون بأهمية تطوير وزيادة وسائل الاتصال بين شعوبهم، وتوظيف هذه الوسائل لأغراض التفاهم والمعرفة التامة لبعضهم البعض.وقد عبرت الفقرة الأولى من الدستور بشكل أكثر وضوحا عن حرية تدفق المعلومات، وأكدت أن على المنظمة أن تضطلع بالآتي لتحقيق هذا الهدف:

- تنمية التعاون لتحقيق المعرفة والتفاهم المشترك بين شعوب العالم باستخدام كل وسائل الاتصال الممكنة.
- دعم وتطوير نشر المعارف والمعلومات من خلال التعاون بين الأمم في مجالات الأنشطة الفكرية والثقافية.

3- **الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:** حيث تنص المادة (19) في الإعلان على أن حرية الرأي والتعبير مكفولة لكل فرد، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء والمعلومات والبحث عنها واستقبالها وإرسالها من خلال أي وسيلة دون التقيد بآية حدود دولية.وتجدر الإشارة أيضا إلى أن الإعلان أشار إلى حماية هذه المادة عبر القواعد القانونية على مستوى كل دولة، من ناحية أخرى فإن هذه الحقوق والحريات لا تتعارض مع أهداف ومبادئ الأمم المتحدة.

4- **الاتفاقية الدولية للحقوق السياسية والمدنية:** التي صدرت بالإجماع عن الأمم المتحدة في 18 ديسمبر عام 1966 وبدأ العمل بها في 23 مارس 1967، فيها تنص فقرات رقم 18، 19، 20 على حرية المعلومات والتفكير وإعادة التأكيد على حظر أي دعاية ضد الأديان أو التمييز العنصري أو القوميات.

5- إعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي: وقد تبنته الجمعية العامة للأمم المتحدة بالإجماع في 4 نوفمبر 1966 في احتفال المنظمة بمرور عشرين عاما على تأسيسها. وتنص الفقرة الأولى من الإعلان على أن ثقافة كل دولة لها كرامتها وقيمتها واحترامها، وأنه يجب تقديرها والمحافظة عليها وأن كل شعب له حق وعليه واجب تنمية هذه الثقافة.

6- إعلان المبادئ الموجهة لاستخدام البث المباشر بالأقمار الصناعية لتحقيق حرية تدفق المعلومات وانتشار التعليم وتعظيم التبادل الثقافي، وقد صدر هذا الإعلان عبر منظمة اليونسكو في 15 نوفمبر 1972. وقد بنى هذا الإعلان وفق قواعد القانون الدولي وخاصة ميثاق الأمم المتحدة ومعاهدة الفضاء الخارجي، وأشار الإعلان إلى أن فائدة البث عبر الأقمار الصناعية يجب أن يكون متاحا لكل الدول بدون تمييز وبغض النظر عن درجة نموها، وتنص الفقرة الثانية من الإعلان على أن البث بالأقمار الصناعية يطرح وسائل جديدة لنشر المعرفة وتنمية مفاهيم متبادلة بين شعوب العالم. وتشير الفقرة الرابعة منه إلى ضرورة احترام الخصوصية الثقافية للمجتمعات المختلفة.

7- كما أشارت العديد من الاتفاقات الخاصة بنزع التسلح، ومنع التدخل في شئون الغير والصادرة عامي 1970 و 1981 إلى العلاقة القوية بين الإعلام عبر الحدود الدولية والسلم والأمن الدوليين.

وتشير قراءة القانون والعرف الدولي إلى مجموعة من القواعد التي يتحتم على وسائل الاتصال ومنها الإنترنت الالتزام بها منها :

1- لا يجب استخدام وسائل الإعلام الدولي للدعاية للحرب أو العدوان أو التشجيع عليه.

2- يحظر على وسائل الإعلام الدولي التدخل في شئون دولة أخرى.

3- يحظر على وسائل الإعلام الدولي الدعوة للتمييز العنصري أو سيادة جنس على أخر.

4- على وسائل الإعلام أن تمتنع عن التحريض ضد أي جماعة ذات طابع قومي أو عرقي أو ديني.

5- على وسائل الإعلام أن تمارس دورا إيجابيا في تطوير ثقافة السلام.

6- تتمتع كل الشعوب بحقوق متساوية فيما يتعلق بحقها في الحصول على المعلومات واستقبالها ونشرها بكل الوسائل الممكنة.

7- تتمتع كل الشعوب بسيادة متساوية لإنشاء بنى الاتصال الخاصة بها.

8- يجب على كل دولة أن تسوى نزاعاتها الخاصة بالإعلام والاتصال بالطرق السلمية عبر التفاوض والوساطة والتحكيم دون اللجوء إلى العدوان العسكري.

9- يتحتم على دول العالم التعاون في مجالات الاتصال الدولي أيا كانت درجة الاختلافات بينها ويشمل ذلك تكنولوجيا الاتصال والتدريب المهني وغيرها.

10- تلتزم كل الدول مخلصة بالالتزام بميثاق الأمم المتحدة والمواثيق الدولية المنظمة للإعلام.

11- على وسائل الإعلام في كل دول المجتمع الدولي أن تمتنع عن بث مضامين إعلامية معينة خاصة تلك المتعلقة بالدعاية من أجل الحرب أو تشجيع العدوان أو الاستعمار بأي صورة من الصور (بسيوني حمادة، 2002).

ولكن مشكلة هذا التوجه أن حجم التغييرات الواسعة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال، والأوجه المتعارضة لها جعلت القانون الدولي عاجزا عن مباشرة دوره، كما كان الحال مع وسائل الاتصال التقليدية. فهل الإنترنت وسيلة اتصال جماهيري قومية أم دوليه؟ وهل هي وسيلة مركزية أم لا مركزية؟ هل يسرى عليها قانون الصحافة أم الإذاعة أم البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية أم التجارة والاقتصاد؟ وما علاقتها بسيادة الدولة ؟ وهل الأولى بالرعاية سيادة الدولة أم سيادة الأفراد؟ وهل تهدد حرية التعبير أم تدعمها؟ وهل هي تقوي حق الفرد في الاتصال؟ أم تسلبه حقوقه الاتصالية؟ وإلي أي مدى تقف الفجوة الرقمية في الإمكانيات الاتصالية عائقًا ضمن تطبيق مفردات القانون الدولي؟ وإلي أي مدى ستتجاوب الحكومة معها.

فمع تنامي عالم الانترنيت تزايدت القيود التي تفرضها الحكومات على إمكانية الوصول إلى الإنترنت وعلى المضمون الذي تطرحه، ولما كانت الانترنيت في إحدى جوانبها وسيلة اتصال دولي فإن أي قيود تفرض عليها تمثل اعتداء على حقوق الإنسان و على القانون الدولي للاتصال، لا إنه حتى الآن لم يتم تنظيم الإنترنت كوسيلة اتصال

دولية، فلم تصدر حتى الآن اتفاقات ذات شان لتنظيمها بشكل يضمن استخدامها لصالح البشرية، ولعل أكثر المنظمات الدولية اهتماما بتكنولوجيا الاتصال هي منظمة الويبو حيث عنت بضمان حقوق الملكية ومع ذلك يظل المجتمع الدولي في طابعه غير الرسمي (المنظمات غير الحكومية والجمعيات العلمية والأفراد) هو الأكثر حساسية في تكنولوجيا الاتصال، وقد أصبحت الحاجة ماسة لمبادرات دولية، لتفعيل دور القانون الدولي لضمان حرية الإعلام الإلكتروني، في الوقت نفسه تمكين العالم كله من الإفادة من ثمرات الإنترنت، ولعل بعض الجوانب التي يجب أن يركز عليها هذا القانون تكمن في البني التحتية لتكنولوجيا الاتصال وقضايا اللغة والتعدد الثقافي وضمانات المحافظة على سيادة الشعوب وسيادة الدول.

التوجه السابع: القائم على مواثيق حقوق الإنسان الرقمي:

ومن بين المحاولات الدولية مشروع ميثاق حقوق الإنسان الرقمي : وهو اقتراح للنائب اندريه سانتيني، رئيس بلدية ايسي-لو-مولينو الإيطالية، ومجموعة من الخبراء، ويمثل محاولة لصياغة بنود ميثاق لحقوق الإنسان الرقمي، اقترحوا فيه قواعد جديدة للعلاقات بين الأفراد في مجال التكنولوجيا، حيث اعتبرت هذه المجموعة إنه باستثناء التوجيهات المتعلقة بحماية الأشخاص الطبيعيين حيال التعامل مع المعلومات الشخصية الطابع، فإن أكثرية القوانين وضعت لأهداف تقنية في الدرجة الأولى. وأن الميثاق الجديد يكمل مشروع ميثاق الحقوق الأساسية للاتحاد الأوروبي وميثاق المجتمع المعلوماتي الذي وقعه رؤساء دول وحكومات مجموعة الدول الصناعية الثماني الكبرى في 22 يوليو 2000 في اوكيناوا. وفكرة المجموعة أن ترابط الشبكات لا يعرف الحدود، ويعرض للخطر النظام القانوني الدولي والوطني القائم على سيادة الدول على أراضيها. وضربت المجموعة مثلا بقضية ياهو الأخيرة (سيلي طرحها بالتفصيل في الفصل الخاص بحرية التعبير) مؤكدة إن الديموقراطيات الليبرالية لا تتقاسم بالضرورة المفهوم نفسه للحريات الفردية، وأشار واضعو الميثاق، إلى أن الازدياد الأخير للقرارات القضائية

يؤكد وجود حاجة لسن قواعد في المجتمع المعلوماتي، لذلك يقترح الميثاق منح كل شخص الحق في هوية رقمية، أي اسم الرمز الشخصي ورقم التسجيل، كما طالب الميثاق بحق السرية، أي إمكانية ترميز المعلومات واحترام الملكية الفكرية للممتلكات غير المادية التي في حوزته، كما طالب أيضا بـحق السرية لكل شخص طبيعي، المرفق خصوصا بحق ترميز هذه الهوية، وأخيرا، يحق لكل شخص التصويت الرقمي.

التوجه الثامن: مدخل القانون الدولي الخاص:

يدين هذا الفرع القانوني بوجوده إلى ظاهرة الحدود السياسية التي تفصل بين الدول أعضاء الجماعة الدولية، فكل دولة مستقلة عن الأخرى، ولها نظامها القانوني الخاص وتشريعاتها، ومحاكمها، وأجهزتها الإدارية. وقد ولدت الحاجة للقانون الدولي الخاص لفض تنازع القوانين الخاصة بكل دولة، في حالة وجود علاقات قانونية تتم عبر الحدود، أي بين أفراد من دول مختلفة كالعقود الدولية، والزواج المختلط والميراث الدولي. ووفقا لقواعد القانون الدولي الخاص يتم اختيار القانون الملائم من بين القوانين المتنازعة في الدول التي تتصل بها العلاقة أو الرابطة القانونية التي نشأت عبر الحدود، كي يتم تنظيمها وفض الخلاف بينها.ومن بين موضوعات القانون الدولي الخاص التمييز في المعاملة، وفي التمتع بالحقوق والواجبات بين الوطني والأجنبي، وأحكام المواطن الدولي، وإمكانية إقامة وتوطن شخص خارج دولته.وهي كلها قضايا تتأثر بظاهرة الحدود السياسية التي تفصل بين الدول. وعندما تتدخل قواعد القانون الدولي الخاص لفض التنازع في السيادات التشريعية والقضائية، يجب مراعاة أكبر قدر من الاحترام المتبادل بين تلك السيادات.

وقد جاءت الشبكة الدولية لتقلب كل المفاهيم التي استقر عليها القانون الدولي الخاص، فهي تتجاهل الحدود الجغرافية التقليدية، ولا تخضع لأية سلطة سياسية أو إقليمية، ومن ثم لا تتلائم مناهج القانون الدولي الخاص التي تقوم على وجود حدود سياسية ومرتكزات مكانية وجغرافية مع طبيعة المعاملات والعمليات التي تتم عبر الإنترنت، والتي تسبح في فضاء افتراضي ليس له روابط أو وصلات مكانية أرضية.

التوجه التاسع: مدخل القانون الموضوعي للإنترنت:

يدعو د. أحمد عبد الكريم سلامه- إلى ما يسميه بالقانون الموضوعي للإنترنت، على غرار القانون الموضوعي للتجارة الدولية، وهو قانون يستند إلى قاعدة مغايرة لمنهج قواعد التنازع التي يقوم عليها القانون الدولي الخاص- حيث يقوم على فض التنازع بين السيادات التشريعية والقضائية بين الدول - كما أن هذا المنهج قوامه التركيز المكاني للمعاملة محل النزاع. والقانون الموضوعي أو المادي هو ذلك القانون الذي يضع مباشرة تنظيما موضوعيا خاصا، ومستقلا عن حلول القوانين الوطنية للمعاملات القانونية بالنظر إلى صفتها الدولية، فالتنظيم الذي يحتويه عبارة عن مجموعة حلول وقواعد موضوعية خاصة بالعلاقات ذات الطابع الدولي، ومتميزة عن تلك التي تحكم العلاقات الوطنية، وهي تشكل بالتالي قانونا ذاتيا مستقلا بالمقارنة بالقانون الداخلي. وهو كيان قانوني موضوعي ذاتي خاص بالعمليات التي تتم عبر الإنترنت، ويتشكل من مجموعة من العادات والممارسات المقبولة التي نشأت واستقرت في المجتمع الافتراضي للإنترنت، وطورتها المحاكم ومستخدمو الشبكة، وحكومات الدول في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهو قانون تلقائي النشأة، وجد ليتلاءم مع حاجات مجتمع قوامه السرعة في التعامل، والبيانات الرقمية التي تتم بها المعاملات والصفقات عبر شاشات أجهزة الحاسبات الآلية، ويتوافق مع توقعات أطراف تلك المعاملات.

مصادر القانون الموضوعي الإليكتروني الدولي للمعاملات عبر الإنترنت هي

أولا: القواعد الموضوعية ذات النشأة التقليدية وهي:

1- الممارسات التعاقدية والتي تتم من خلال العقود التي تبرم بين القائمين على خدمات تلك الشبكة سواء مجموعة العقود الخاصة بالاشتراك في شبكة الإنترنت، والتي تبرم بين الراغبين في استعمال الشبكة لترويج بضائعهم أو للحصول على بيانات علمية أو ثقافية أو ترفيهية، وبين الشركات التي تقدم خدمة الاشتراك.

2- الأعراف والعادات والممارسات المستقرة، وهي الأعراف والعادات والممارسات المهنية الرقمية الجديدة التي يتم إرسائها بشكل تلقائي وهي ذات طبيعة تعاونية.

3- تقنيات السلوك التي تعتبر القواعد والأحكام التي تم تدوينها من قبل الهيئات والمؤسسات المهتمة بسيادة أخلاقيات قويمة في التعامل عبر الإنترنت، وهي تتضمن حدا أدني من المبادئ والأحكام التي يجب أن يراعيها كافة المتعاملين والمستفيدين من خدمات شبكة الإنترنت، والتي تقوم على مجموعة من المعلومات والبيانات تعد ثروة وتراثا مشتركا لكل الجماعات الدولية.

ثانيا: القواعد الموضوعية ذات الطابع الاتفاقي الدولي

هناك العديد من الأعمال والتوصيات والتوجيهات الجماعية التي يمكن أن تكون نواة لإبرام اتفاقيات دولية لاحقة منها توصيات منظمة التعاون والتنمية الأوربية حول حماية الحياة الخاصة وتدفق المعلومات ذات الطابع الشخصي عبر الحدود لعام 1980، وتوصيات الأمم المتحدة حول المبادئ المتعلقة بنظم تصنيف البيانات الفردية المعالجة آليا لعام 1991، وقانون التجارة الدولية الذي وضعته الأمم المتحدة في عام 1996.

خصائص القانون الموضوعي الإليكتروني الدولي للمعاملات عبر الإنترنت بأنه:

- قانون طائفي من حيث أن هذه المعاملات لها معطياتها ومشكلاتها الذاتية التي تقتضي وضع قواعد وحلول تتوافق مع ذاتيته، ولا تخاطب إلا فئة معينة من الأشخاص متمثلين في مستخدمي الإنترنت ومقدمة الخدمات.
- قانون نوعي، باعتبار أن قواعده وأحكامه لا تنظم إلا نوعاً معيناً من المعاملات والمسائل المتعلقة بالتجارة الإليكترونية، البريد الإليكتروني، المعالجة الآلية للبيانات... الخ
- قانون طائفي نوعي، من حيث مؤسساته وتنظيماته، باعتبار أن لمجتمع الإنترنت قضاته وعدالته الافتراضية الخاصة به.
- قانون تلقائي النشأة، حيث توجد قواعد قانونية ذات خلق تلقائي، نابع من مجتمع

ذاتي بطوائف أفراده ونوعية معاملاته، ومن غير المرور بالقناة الرسمية لسن القانون، مثلما يحدث في مجال التجارة الإليكترونية؛ فهو تلقائي لأنه لا يتأتى عن طريق شكلي أو رسمي، كما أن تطبيق ذلك القانون لا يحتاج إلى تدخل سلطة عامة، وهو تلقائي التطبيق من ناحية رضاء الأطراف مقدما به، وملاءمته لطبيعة التعاملات عبر الشبكة. وتتميز هذه التلقائية بتماشيها مع الطبيعة الذاتية للتعامل على الإنترنت، وتوافقها مع توقعات المتعاملين على الشبكة، كما يجنبهم اختلاف القوانين الوطنية التي لا تجاري معاملاتهم، فضلاً عن إنه قانون مرن، وقواعده وليدة ظروف واقعية تعكس حاجات المتعاملين عبر شبكة المعلومات الدولية.

- قانون عبر دولي موضوعي: فهو قانون إليكتروني عابر للحدود ليس من صنع سلطة وطنية، ولا يخضع لهيمنة منظمة أو هيئة مؤسسية أو سلطة إقليمية، وليس من وضع هيئة عالمية أو دولية، ويأتي الطابع الدولي للقانون من طبيعة المعاملات التي تحكمها باعتبارها تتم عبر الحدود وتتصل بأكثر من دولة.
- قانون موضوعي أو مادي، حيث يقدم الحل الموضوعي أو المادي للمسألة محل النزاع مباشرة، ولا يحيل إلى غيره لاستمداد ذلك الحل، فقواعده من أعراف وعادات وممارسات عملية وشروط عامة تتضمن حلولا وتنظيما للعلاقات والروابط التي تتم تحت لوائه.

تقييم القانون الموضوعي الإليكتروني للإنترنت

وبالرغم من الخصائص السابقة للقانون الموضوعي الإليكتروني التي أوردها د.عبد الكريم سلامه فإنه يرى إنه لا يتوفر في هذا القانون فكرة النظام القانوني، فالإنترنت تمثل مجتمعًا غير متماسك، تتعارض مصالح عناصره، كما أن الدول غير متعاونة في هذا الشأن، وتعوق مصالحها الاقتصادية والسياسية محاولات وجود واكتمال هذا القانون، كما إن الادعاء بوجود مجتمع مستقل افتراضي عن الدول أمر يصعب قبوله، فمستخدمو الشبكة والقائمون على خدماتها هم في الحقيقة أشخاص

حقيقيون لهم موطن ومقر حقيقي، فضلا عن إن الوسائل الفنية للاتصالات تتمركز في إقليم دولة محددة، وبالتالي يمكن أن تخضع العمليات التي تتم عبر الإنترنت لقوانين تلك الأماكن أو الأقاليم، فضلا عن إنه لا تتوافر قواعد الإلزام في قواعد القانون الإليكتروني، والتي تعتبر ضرورية لتحويل العادة إلى عرف واجب الاحترام، ولا يتضمن الجزاء الذي يكفل احترامها. وهو قانون يخضع في تقديره لانطباعات المحكم أو القاضي وقناعاته الشخصية.

وإن كان يجب الأخذ في الاعتبار إنه قانون مازال في بداياته الأولى، وأن هناك العديد من المسائل التي نحتاج فيها القانون الداخلي.

التوجه العاشر: المدخل الشمولي

يرى أنصار هذا المدخل توحيد قوانين الإنترنت في العالم، حيث طالبت لجنة خاصة من جمعية المحامين الأمريكيين بتغيير القوانين في سائر أنحاء العالم وتوحيدها، بحيث تتماشى مع المتغيرات المستمرة التي تأتي بها الإنترنت، ولتضمن العدل والهيكلية القضائية الراسخة للشركات والزبائن المنخرطين في تداولات التجارة الإلكترونية. وقد أصدرت اللجنة المؤلفة من مائة عضو، والتي أمضت السنتين المنصرمتين في مراجعة القضايا القانونية والقضائية المتعلقة بالإنترنت، أصدرت تقريرا يوصي بتشكيل (هيئة عالمية لمعايير الإنترنت) مهمتها إنشاء إطار قضائي يحكم مستقبل التجارة الإلكترونية، والنزاعات القانونية التي تتخطى الحدود الإقليمية للبلدان. وخلال العامين الماضيين، قامت اللجنة بمراجعة عدد ضخم من القضايا القانونية والقضائية التي تدور في مجملها حول الإنترنت[1] بما في ذلك خصوصية مستخدم الشبكة وحماية المستهلك وحقوق الملكية الفكرية والقوانين المتعلقة بالأعمال المصرفية وأمن الشبكة والضرائب والمقامرة. ودرست اللجنة أيضا التغييرات المحتملة التي قد يتعين على الوكالة التنظيمية في بلدان مختلفة أن تجريها حتى لا تتخلف عن ركب الإنترنت.

الفصل الثاني

قوانين الملكية الفكرية والإنترنت

مقدمة

تعد حماية الملكية الفكرية، جزءًا أساسيًا من حماية الملكية الخاصة لأي فرد، سواء أكانت ملكية مادية أو معنوية، فهي من حقوق الإنسان الأساسية، كما أن لحماية الملكية الفكرية أهمية كبيرة في حياة المجتمعات واستقرارها، فهي تشكل إحدى الأسس المهمة للبنية التحتية للدول، وقد تزايد إدراك العالم المتحضر في عصر المعلوماتية لأهمية حماية الملكية الفكرية، باعتبارها الضمانة الأكيدة لنسَبَة العمل والإبداع لأصحابه الشرعيين، وباعتبار أن تشريع قوانين تحمي الإبداع الفكري والعلمي للعقل الإنساني، يعد أمرًا ضروريًا لحفز المبدع وشحذه لمواصلة عطائه الإنساني.

والاهتمام بحماية الملكية الفكرية، بدأ منذ القرن الرابع عشر، ومع ظهور الطباعة، ورواج تجارة الكتب، ومع انفصال الفكر عن صاحبه، وانتشاره بين البلدان دون عوائق، عن طريق تداول وبيع الكتب، حيث رغب المؤلفون في حماية نتاج أفكارهم. ومن أمثلة التشريعات القديمة التي استهدفت حماية حقوق المؤلف، القانون الذي أصدرته ملكة إنجلترا "آن" في 10 إبريل عام 1710، والذي يعطي المؤلف حق الحماية لطبع مؤلفه لمدة 21 عاما من تاريخ صدوره، أما بالنسبة للكتب الجديدة (التي لم يسبق نشرها)، فقد اقتصرت حمايتها على 14 سنة، قابلة للتجديد مرة واحدة، إذا ظل مؤلفها على قيد الحياة.

وخلال القرن الثامن عشر اتسعت ثقافة "حماية حق المؤلف" إلى دول أوربية

أخري، لتشمل مجالات أخري مثل فناني النحت وغيرهم. وكانت البداية في أمريكا عندما أصدرت جامعة هارفارد بولاية ماساشوشتس أول قانون لحماية الملكية الذهنية عام 1789، وقد نص في ديباجته" أن أخص وألصق ملكية للإنسان هي تلك الناتجة عن عصارة ذهنه". واستمر الاهتمام بحقوق الملكية الفكرية ينمو ويتوسع خلال القرن التاسع عشر في معظم بلدان أوربا، كما اتسع مداه ليغطي مجالات لم تكن معروفة من قبل، تشمل النشاط الصناعي وبجواره الإبداع الفكري والفني..

وفي أواخر القرن الـ 19 تبلور هذا الاهتمام في اتفاقيتين هما:

(1) اتفاقية باريس في 20 مارس عام 1883 لحماية الملكية الفكرية في مجال الصناعة. وتشمل براءات الاختراع والعلامات الصناعية والتجارية والاسم التجاري وبيانات المصدر.. الخ. ومثلت هذه الاتفاقية نقطة تحول لتجاوزها" لإقليمية القوانين" في حماية الملكية الفكرية. وعدت كأول معاهدة دولية مهمة ترمي إلى منح مواطني بلد معين حق حماية أعمالهم الفكرية في بلدان أخرى، ودخلت اتفاقية باريس حيّز التنفيذ سنة 1884، بعد أن وقعت عليها 14 دولة عضوا. وبموجبها، تم تأسيس مكتب دولي يتولى إنجاز المهام الإدارية بين الدول الأعضاء.

(2) اتفاقية برن في سويسرا في 9 سبتمبر عام 1886، وهي الاتفاقية الخاصة بكل ما يتعلق بحماية الملكية الفكرية في مجال الفن والأدب ثم الفنون التطبيقية، وقد تم تعديلها واستكمالها، لتشمل ليس فقط حقوق التأليف للكتب والخطب والمواعظ وما إليها، لتعطي حماية للمصنفات المسرحية والموسيقية والسينما والعمارة والنحت والطباعة على الحجر وغيرها كثير. وبهذه الاتفاقية دخل مفهوم حق المؤلف إلى الساحة الدولية. وهدفت هذه الاتفاقية إلى مساعدة مواطني الدول الأعضاء فيها على الحصول على حماية دولية، فيما يخص حقهم في مراقبة مصنفاتهم الإبداعية، وتقاضي أجر مقابل انتفاع الغير بها. وتضم هذه المصنفات: قصصا روائية، وقصصا قصيرة، وقصائد شعر، ومسرحيات، وأغان، ومسرحيات غنائية،

وتقاسيم موسيقية، ورسوما، ولوحات زيتية، ومصنفات منحوتة، ومصنفات الهندسة المعمارية.

وعلى غرار اتفاقية باريس، أنشأت اتفاقية برن مكتبا دوليا يتولى إنجاز المهام الإدارية. واتحد هذان المكتبان الصغيران سنة 1893. وتمخضت عن هذا الاتحاد منظمة دولية تحت اسم المكاتب الدولية المتحدة لحماية الملكية الفكرية، واحتضنت مدينة برن بسويسرا هذه المنظمة. وبتزايد الاهتمام بالملكية الفكرية، تغير هيكل المنظمة وشكلها.

وفي 14 يوليو 1967، تمت صياغة اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية في استكهولم، والتي تنص ديباجتها على رغبة الأطراف المتعاقدة لدعم الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم، بهدف تشجيع النشاط الابتكاري، وحماية المصنفات الأدبية والفنية مع الاحترام الكامل لاستقلال كل اتحاد منها.

وفي سنة 1974، أصبحت الويبو إحدى الوكالات المتخصصة للأمم المتحدة المكلفة بإدارة موضوعات الملكية الفكرية، بإقرار من الدول الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة. وفي سنة 1978، انتقلت أمانة الويبو إلى مقرها الحالي بجنيف. وبموجب دخول اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية حيّز التنفيذ، تم إدخال إصلاحات هيكلية وإدارية على منظمة الويبو، وأنشئت أمانة مسؤولة أمام الدول الأعضاء.

وفي جولة المفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي جرت في أوراجوي في أمريكا اللاتينية من عام 1986 حتى عام 1994، انتهت المفاوضات المضنية إلى صياغة 28 اتفاقية، تندرج تحتها 3 مجموعات أساسية هي: التجارة في السلع، ثم قضايا التجارة في بعض القطاعات مثل السلع الزراعية ثم المنسوجات والملابس (لحساسية وأهمية هذه السلع تحديدا لمعظم دول العالم) وأخيرا التجارة في مجال الخدمات على أنواعها. ثم كان الربط بين مجمل هذه الاتفاقيات من جانب، وحقوق الملكية الفكرية في جانب أخر من أجزاء النصوص المرتبطة بالتجارة بالذات.

وكان من جملة الاتفاقات التي شملتها المفاوضات اتفاق جوانب حقوق الملكية

الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) الذي دخل حيز التنفيذ في الأول من يناير/ كانون الثاني 1995، وأفسح بذلك المجال أمام عهد جديد لحماية حقوق الملكية الفكرية وإنفاذها، كما رفع من قيمة برنامج عمل منظمة الويبو، وأحكام اتفاق تريبس المتعلقة بحق المؤلف والحقوق المجاورة، والعلامات التجارية، والبيانات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية، والبراءات، وتصاميم الدوائر المتكاملة، والتي تستكمل بطريقة مباشرة المعاهدات والاتفاقيات الدولية، التي ما زالت أمانة الويبو وسلفها تشرف على تطبيقها مدة تزيد على قرن من الزمن.

وفي الأول من يناير/ كانون الثاني 1996، دخل الاتفاق المبرم بين المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ. وينص الاتفاق على التعاون على تنفيذ اتفاقية تريبس، التي تفرض حدا أدني دوليا لحماية الملكية الفكرية على المستويين الموضوعي والإجرائي، وتربط ربطا وثيقا بين هذه الحقوق والشق التجاري للاتفاقيات التي تم بمقتضاها إنشاء منظمة التجارة العالمية، وذلك في مجال حق المؤلف بصفة خاصة. وأحد أسس اتفاقية التريبس تتمثل في التزام أعضاء منظمة التجارة العالمية بحماية الملكية الفكرية بكفاءة وفاعلية، بما في ذلك حق المؤلف، فالمواد من 41 إلى 61 من اتفاقية التريبس تقوم بتوضيح المعايير اللازمة لهذه الحماية بشكل محدد ودقيق. وتتميز اتفاقية التريبس عن الاتفاقيات الدولية الأخرى بتأكيدها على أهمية الدور الذي يلعبه نظام فض المنازعات التابع لمنظمة التجارة العالمية في تسوية المشاكل الخلافية في هذا الشأن.

وقد قسمت هذه الاتفاقية دول العالم إلى ثلاث مجموعات.

1- الدول المتقدمة وقد التزمت بتطبيق اتفاقية تريبس من أول يناير عام 1996.

2- الدول النامية وقد أعطيت فترة سماح أربع سنوات، انتهت في أول يناير عام 2000، ويجوز الحصول على فترة سماح إضافية تنتهي في أول يناير عام 2005.

3- الدول الأقل نموا وقد منحت فترة سماح تنتهي في أول يناير عام 2006، ويجوز تمديد هذه المدة بقرار من مجلس تريبس.

وفي ديسمبر 1996 قامت منظمة الملكية الفكرية العالمية بتحديث اتفاقية برن، حيث وفرت حماية جديدة لحق المؤلف، ولمن يقومون بأداء وإنتاج التسجيلات الصوتية من خلال إصدار معاهدتين جديدتين – معاهدة حقوق النشر والتأليف، ومعاهدة حقوق الأداء والتسجيلات الصوتية (سيلي سرد تفاصيلهما).

ومع أن اتفاقيتي باريس وبرن لا تزالان تمثلان حجر الأساس بالنسبة إلى نظام معاهدات الويبو، فإن المعاهدات التي تلتها أدت إلى توسيع نطاق الحماية المقدمة، كما اهتمت بالتغيرات التكنولوجية والمجالات الجديدة، التي أصبحت موضع اهتمام العالم ومشاغله.. وتشرف الويبو على إدارة إحدى وعشرين معاهدة (تشترك في الإشراف على إدارة اثنتين منها مع منظمات دولية أخرى)، وهي تسعى إلى تنسيق التشريعات والإجراءات الوطنية في مجال الملكية الفكرية، وتقديم الخدمات استجابة للطلبات الدولية المودعة للحصول على حقوق الملكية الصناعية، وتبادل المعلومات في مجال الملكية الفكرية، وتوفير التدريب، وتقديم المساعدة القانونية والتقنية إلى البلدان النامية وغيرها من البلدان، وتسهيل تسوية المنازعات القائمة بين الأطراف الخاصة في مجال الملكية الفكرية، واستخدام تكنولوجيا المعلومات كوسيلة لتخزين المعلومات المتعلقة بالملكية الفكرية والنفاذ إليها والانتفاع بها. وتغطي مجموع معاهدات الويبو أربع موضوعات هي: الاختراعات، (البراءات)، والعلامات التجارية، والرسوم والنماذج الصناعية. وتضمن سريان أثر التسجيلات أو الإيداعات في كل دولة معنية من بين الدول المتعاقدة.

وفي يوليه/ تموز 1998، شرعت منظمة التجارة الدولية (وريثة الجات) والمنظمة العالمية للحماية الفكرية في مبادرة مشتركة لمساعدة البلدان النامية على الوفاء بالتزاماتها المترتبة على اتفاق تريبس في سنة 2000، وتشجيع الاستثمار وخلق الظروف المناسبة له، وضمان الحقوق المترتبة على هذا الاستثمار، وبالأخص في المجالات الفكرية والإبداعية، وذلك في إطار الاهتمام العالمي بحقوق الملكية الفكرية والصناعية، كضمانة للتعاون الدولي في مجالات الإنتاج الفكري والإبداعي والصناعي.

وتعمل الويبو الآن في ثلاثة مجالات، هي سن اتفاقيات موحدة حول الملكية الفكرية، ووضع نموذج قانوني توصي باستخدامه، وتدعو الدول إلى الاحتذاء به، والعمل على تطبيق الملكية الفكرية في مجال الأسماء وحماية العلامات التجارية. وبغية تسوية المنازعات التجارية التي تتعلق بالملكية الفكرية، وتزويد الأطراف الخاصة بسبل بديلة للإجراءات القضائية الباهظة والطويلة، أسست الويبو مركز التحكيم والوساطة الذي يتولى تقديم المساعدة لتسوية المنازعات القائمة بين الأفراد أو الشركات من أي بلد في العالم. ويتولى هؤلاء الوسطاء والمحكمون توجيه الإجراءات لتسوية المنازعات، وفقا للقواعد التي وضعتها الويبو، ويجوز مباشرة الإجراءات في أي بلد وبأي لغة، وفي ظل أي قانون. وهو ما يوفر مرونة أكبر في العمل. وتقوم الويبو بالتحقيق في أي شكوي تصل إليها عن طريق الإنترنت والتحكيم فيها، وقد وصلت حتى بداية عام 2001 إلى اكثر من 2000 شكوى من 75 دولة مثل مصر، وانجلترا، والصين، وامريكا بمعدل 8 شكاوى يوميا، وقامت بالفصل في 800 شكوى منها، وقد ساعدها في ذلك، وجود قبول عالمي للإجراءات التي تتبعها الويبو.

ومن بين الاتفاقيات والمعاهدات الدولية الأخرى التي تنظم الملكية الفكرية، اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات 1891، واتفاقية لاهاي بشأن النماذج الصناعية 1925، واتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية 1957، واتفاق لشبونه بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي 1958، واتفاقية روما بشأن الحقوق المجاورة وحماية فناني الأداء وهيئات الإذاعة 1961، واتفاق لوكارنو الذي وضعت بموجبه معاهدة التعاون بشأن البراءات 1970، واتفاقية جنيف بشأن حماية منتجي التسجيلات الصوتية من الاستنساخ 1971، واتفاق فينا بشأن حماية الحروف المطبعية 1973، واتفاقية جنيف بشأن حماية منتجي الفونوغرامات من استنساخ فونوغراماتهم دون تصريح (لسنة 1971) واتفاقية بروكسل بشأن توزيع الإشارات الحاملة للبرامج المرسلة عبر التوابع الصناعية (لسنة 1974) ومعاهدة بودابست بشأن الإجراءات الخاصة بالبراءات 1977 وغيرها.

وهناك اتفاقية اتحاد برن، وهو الاتحاد الدولي لحماية المصنفات الأدبية والفنية حيث يعني بحماية حق المؤلف، ومعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف Wipo Copyright Treaty (WCT) (لسنة 1996) ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي Performances and Phonograms treaty (WPPT)، (لسنة 1996). وتعد المعاهدتان الأخيرتان من أهم إنجازات منظمة الويبو، واللتان يتم تبنيهما حاليا من قبل العديد من الدول، واللتان ستسهلان بدرجة كبيرة التطبيقات التجارية للاتصالات الرقمية المباشرة بالكمبيوتر والإنترنت عبر البنية الأساسية العالمية للمعلومات، حيث توفر هاتان المعاهدتان الحد الأدنى من المعايير والمواصفات الواجب تبنيها من قبل دول العالم، والتي يجب إقرارها ضمن تشريعاتها الداخلية، من أجل توفير أقصي حد ممكن لحماية الممتلكات الفكرية عبر الويب.

ومن ثم بدأ التحضير لوضع معايير جديدة في محفلين هما الغات في إطار مفاوضات جولة أوروغواي والويبو في إطار لجنة واحدة للخبراء في البداية ثم في لجنتين للخبراء متوازيتين، في وقت تخضع فيه اتفاقية برن سنة 1886 لمراجعة منتظمة مرة كل 20 سنة، كما تمت مراجعتها مؤخرًا بغية مواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة (مثل التسجيل الصوتي والتصوير الفوتوغرافي والراديو والسينما والتلفزيون)، حيث حدثت تطورات تكنولوجية جديدة مهمة للغاية في السبعينات والثمانينات (في مجالات استنساخ الوثائق وتكنولوجيا الفيديو وأنظمة الأشرطة المركزة للتسجيل "التسجيل المنزلي" والبث عبر السواتل والتلفزيون الكابلي وازدياد أهمية برامج الحاسوب والمصنفات المنتجة بالحاسوب وقواعد البيانات الإلكترونية وما إلى ذلك). واتبعت الأوساط الدولية المعنية بحق المؤلف استراتيجية "التنمية الموجهة" لبعض الوقت، بدلا من محاولة وضع معايير دولية جديدة.

وقد استرشدت الحكومات بالتوصيات والمبادئ التوجيهية والأحكام النموذجية التي وضعتها مختلف هيئات الويبو لمواجهة التحديات التي تطرحها التكنولوجيات

الجديدة. واستندت هيئات الويبو عند وضع تلك التوصيات والمبادئ والأحكام إلى تفسير المعايير الدولية السابقة (فيما يتعلق مثلا ببرامج الحاسوب وقواعد البيانات و"التسجيل المنزلي" والبث عبر الساتل والتلفزيون الكابلي). ولكنها أضافت بعض المعايير الجديدة (فيما يتعلق مثلا بتوزيع النسخ وتأجيرها). حيث اتضح في نهاية الثمانينات أن المشورة وحدها لم تعد كافية. وبات من الضروري وضع معايير دولية ملزمة.

وبينما كانت وتيرة العمل التحضيري في لجنتي الويبو، بطيئة، حيث أرادت الحكومات المعنية تفادي كل تداخل بينه وبين المفاوضات الأكثر تعقيدا بشأن اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) الدائرة في جولة أوروغواي، ألا أن هذا الوضع تغير على أثر اعتماد اتفاق تريبس، غير أن الاتفاق لم يستجب لكل التحديات التي تطرحها التكنولوجيا الجديدة. ورغم نطاقه الواسع الذي يشمل، في حال تفسيره تفسيرا سليما، العديد من القضايا التي يثيرها أحدث وربما أهم تطور جديد، ألا وهو التزايد المدهش في استعمال التكنولوجيا الرقمية ولا سيما عن طريق شبكة إنترنت، فإنه لا يتصدى لبعض تلك المسائل على نحو مفصل.

وكانت الويبو قد بدأت في التصدي لواقع التكنولوجيا الرقمية على حق المؤلف والحقوق المجاورة على نحو مكثف منذ مارس/ أيار 1993 بتنظيمها ندوة عن الموضوع في جامعة هارفارد. وكان الموضوع محط اهتمام أيضاً خلال ندوة الويبو العالمية عن مستقبل حق المؤلف والحقوق المشابهة التي نظمت في باريس في يونيه/ حزيران 1994. ثم انعقدت ندوة الويبو العالمية عن حق المؤلف في البنية التحتية العالمية للمعلومات في ميكسيكو في مايو/ أيار 1995، بغية استنباط الحلول قانونية لتحديات التكنولوجيا الرقمية، والتي طبقت فيما بعد في عدة جوانب من معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي. وانبثق عن محفل الويبو العالمي بشأن حماية الملكية الفكرية في مجتمع المعلومات (في مدينة نابولي في أكتوبر/ تشرين 1995)

موجز وبيان لأنسب الحلول القانونية في المرحلة الحاسمة من العمل التحضيري، وسمح ذلك بتعجيل العمل التحضيري المتعلق بالمعايير الجديدة لحق المؤلف والحقوق المجاورة في لجنتي الويبو، وأدى ذلك إلى الدعوة إلى الإسراع نسبيا في عقد المؤتمر الدبلوماسي للويبو عن بعض مسائل حق المؤلف والحقوق المشابهة في جنيف في الفترة من 2 إلى 20 ديسمبر/ كانون الأول 1996.

واعتمد المؤتمر الدبلوماسي المعاهدتين سالفتي الذكر، وهما معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف (والتي يشار إليها "بالمعاهدة الأولى" ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي (والتي يشار إليها بعبارة "المعاهدة الثانية").

وقد أشارت الصحافة الدولية التي تابعت المؤتمر الدبلوماسي باهتمام كبير وفي عدة مرات إلى المعاهدتين المذكورتين بعبارة "معاهدتا الإنترنت". وهي إشارة في محلها إلى حد ما. فمع أن المعاهدتان تحتويان على بعض الأحكام المهمة الأخرى التي تبيّن الالتزامات القائمة بموجب القواعد والمعايير الدولية المعمول بها حاليا، فإن أهميتهما تكمن أساسا في الأحكام التي تأتي بحلول للتحديات التي تطرحها التكنولوجيا الرقمية (وهو ما سيتم تناولها في هذا الفصل).

وبالرغم من وجود هاتين المعاهدتين وغيرهما، فإنه مع تزايد استخدام التكنولوجيا الحديثة تفاقمت مشكلة حماية الملكية الفكرية، فمع انتشار الابتكارات والاختراعات وسرعة انتقالها، تزايدت مشكلة التعدي على الملكية الفكرية، فحقوق المؤلف وبراءات الاختراعات والعلامات التجارية والملكيات الفكرية الأخرى التي يتم إنتاجها في بلد ما، سرعان ما يتم نسخها للاستعمال غير القانوني في بلد آخر. وقد يسرت التكنولوجيا الحديثة وخاصة الإنترنت إمكانية ممارسة القرصنة من خلال نسخ وإعادة إنتاج وتوزيع المنتجات الفكرية للآخرين بسهولة، كما أوجدت ظواهر جديدة من التعدي على الملكية الفكرية، لم تكن معروفة من قبل، في وقت لا يوجد اتفاق فيه حول مفهوم الملكية الفكرية وحمايتها بين الدول المتقدمة والدول النامية، إذ بينما تسعي

الولايات المتحدة ومعها الدول المتقدمة اقتصاديا للسيطرة على التكنولوجيات الجديدة من خلال امتلاك معظم حقوق الملكية الأدبية والفكرية المتعلقة بهذه التكنولوجيات، على حساب البلدان النامية التي يطلب منها الاكتفاء بالتعاون مع شركات الدول الغربية، ومع أصحاب شركات تكنولوجيا المعلومات والبرامج، وهو ما جعل المفهوم الأمريكي والغربي لحقوق الملكية الأدبية والفكرية لا يحظى بالإجماع، حتى في البلدان المتقدمة نفسها، حيث يرى العديد من الخبراء إن الإفراط في حماية حقوق الملكية يعطي أصحاب هذه الحقوق قدرة على ممارسة الاحتكار، (قضية جنوب أفريقيا في مواجهة شركات الأدوية العالمية والخاصة بإنتاج عقاقير مضادة للإيدز على سبيل المثال والتي أثيرت في إبريل 2001 وانتهت إلى تخلي شركات الدواء عن القضية) و تطبيق قوانين حماية الملكية الأدبية والفكرية على نحو متشدد وصارم، يؤدي حتما إلى التأثير سلبًا على تنامي روح التجديد والاختراع، ولاسيما في مجالات تطبيقات الإنترنت، وإلي عرقلة تطور ونمو اقتصاديات الدول المتخلفة اقتصاديا. في وقت يتم فيه إعادة صياغة حقوق الملكية الفكرية من قبل الدول المتقدمة، بغية حماية معاقلها الفكرية، في مجال الاختراعات والبراءات، حيث نجح الغرب في ابتكار أسلوب جديد لإسترقاق جديد للبشر، أسلوب تجد فيه الدول النامية نفسها محرومة من حق الحصول على المبتكرات الفنية والصناعية، في الوقت الذي يستغل فيه الغرب منتجاتها ومهاراتها، التي تضرب جذورها في أعماق التاريخ، وينسبها إلى نفسه، دون أن يكبد نفسه حتى مجرد عناء الاعتراف بأصحابها. وعلي الرغم من أن الولايات المتحدة تحارب الاحتكار على الصعيد الداخلي من خلال قوانينها المانعة للاحتكار(1)، فإنها تسعي إلى فرض هيمنتها واحتكار شركاتها على الصعيد الدولي من خلال فرض مفهومها لقوانين الملكية الفكرية والأدبية، ويؤيدها في ذلك عدد من الأوربيين، في حين أن المتضررين من هذا الواقع هم الدول النامية التي تسعي إلى تحديث اقتصادياتها. وقد نشبت العديد من الأزمات

(1) قضية تقسيم شركة مايكروسوفت على سبيل المثال لمنع احتكارها لسوق برامج الكمبيوتر.

خلال السنوات الأخيرة بين الولايات المتحدة الأمريكية ودول أخري، لاتهامها لتلك الدول بانتهاك حقوق الملكية الأدبية والفكرية العائدة على شركات أمريكية، ولاسيما في مجالات تكنولوجيا المعلومات.

وبغض النظر عن الموقف الفكري من قضية حماية الملكية الفكرية، فقد أصبحت إحدى أهم القضايا التي تشغل اهتمام الكثير من الدول والمنظمات والشركات والأفراد، مما يتطلب الكشف عن جوانبها؛ من حيث تأثيرها على مفهوم حقوق المؤلف، والعلامات التجارية، وبراءات الاختراع، والأعمال الموسيقية والفيلمية، فضلاً عن مشكلات الملكية الفكرية الجديدة التي أفرزتها الإنترنت مثل ملكية الروابط التشعبية ووصفات الميتا، وأسماء الحقول (المجال أو النطاق).

أنواع حقوق الملكية الفكرية

أولا: حق المؤلف

(أ) حق المؤلف في الواقع (غير الافتراضي):

تتوقف التنمية والتقدم الحضاري في أي بلد إلى حد كبير على درجة إبداع مواطنيها من ذوي العقول الخلاقة في مجال العلوم والآداب والفنون، وهو ما يعتمد على مدى التشجيع الذي يلقاه أصحاب الإبداع الفكري، وتهيئة الوسائل القانونية والمادية التي تكفل الاستقرار والحماية والانتشار لهذا الإبداع، فللإبداع الفني والأدبي خصوصية تميزه عن بقية الإبداعات.

وتبرز أهمية حق المؤلف من ناحية كون حق المؤلف على إبداعه الذهني، يعد من الحقوق الأساسية للإنسان الذي له حق حرية التفكير والابتكار، دون أن يكون لأحد الحق في توجيه هذا التفكير أو الاعتراض عليه، فالمؤلف حر في أفكاره، يؤلف كما يريد، ومتى يريد، لأن هذا حق طبيعي له.

وقد كفلت أغلبية الدساتير في العالم حماية حقوق الإنسان على إنتاجه الفكري

ضمن حماية حقوق الإنسان الشخصية، والتي من أبرزها حقه في التفكير والابتكار والإبداع، وحقه في حرية الرأي والتعبير والبحث. كما أكدت المواثيق الدولية على أهمية دعم وحماية نتاج المؤلفين، وتقدير الدور الذي يقومون به في إثراء المعرفة الإنسانية والحضارة البشرية، وأهمها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في المادة 27، وميثاق حقوق المؤلف، واتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية (وثيقة باريس 1971) وأدبيات منظمة الويبو.

وقد أكدت هذه المواثيق والأدبيات على أن حماية حق المؤلف لا تكون ناجحة إذا اقتصرت على القوانين المحلية، لأن العالم أصبح بفضل التقنية المتقدمة في مجال الاتصالات متداخلا أكثر من تداخل المدن في البلد الواحد، مما يتطلب توحيد التشريعات في هذا المجال على شكل اتفاقيات دولية وإقليمية ملزمة وعادلة ومتوازنة.

المصنفات المشمولة بالحماية:

المصنفات المكتوبة والمطبوعة التي من بينها الكتب والكتيبات والكراسات وسائر المطبوعات الأخرى، والمصنفات التي يتم إلقاؤها شفويا مثل المحاضرات والخطابات والمواعظ الأخرى، والأعمال الموسيقية سواء كانت مصحوبة بكلمات، وسواء كانت على شكل نوتة موسيقية أم لا، والأعمال المسرحية والمسرحيات الموسيقية، ومصنفات تصميم الحركات الإيقاعية والتمثيل الإيمائي، وأعمال التصوير الفوتوغرافي، والمصنفات السينمائية والتليفزيونية والإذاعية والأعمال السمعية والبصرية، وأعمال الرسم والدهان والنحت والحفر والعمارة والفنون الزخرفية، وأعمال الفنون التطبيقية والأعمال الفنية المشابهة، والأشكال التوضيحية، والخرائط، والمخططات، والتصاميم والمجسمات الجغرافية والطبوغرافية، والمخطوطات الأصلية وأعمال الفن التشكيلي، وبرامج الحاسب الآلي، والموسوعات والمقتطفات الأدبية والنثريات والمختارات من آثار المؤلفين والشعراء، والنثر والموسيقي التي تشكل من حيث انتقاء مادتها وترتيبها وتحريرها أعمالا فكرية وابتكارية، والمصنفات المشتقة كالترجمات، والتعديلات، والاقتباسات، والتفسيرات للمصنفات السابق ذكرها.

ماهية الحقوق الممنوحة:

تمنح قوانين حق المؤلف مجموعتين رئيسيتين من الحقوق الأدبية والمالية:

أولا: الحق الأدبي للمؤلف:

يعتبر أحد الجوانب المهمة في الملكية الفكرية، وهو ينصب على حماية شخصية المؤلف كمبدع وحماية المادة المؤلفة في حد ذاتها، ولا يجوز التصرف في الحق الأدبي للمؤلف ولا الحجز عليه، وهو من الحقوق المرتبطة بالشخصية، وهو حق دائم للمؤلف، ولا ينتهي ولا يسقط بالتقادم ولا يقبل الانتقال إلى الورثة (محل خلاف).

سمات حق المؤلف الأدبي:

1- حق المؤلف في تقرير نشر مؤلفه (وقت النشر، والموسم، وما ينشر وما لا ينشر).

2- حق المؤلف في نسبه إنتاجه إليه، ومن الامتيازات المترتبة عليه؛ حقه في كتابه اسمه واسم عائلته ومؤهلاته العلمية وخبراته، وحقه في النشر باسم مستعار أو بدون اسم، وحقه في دفع الاعتداء على اسمه ضد التحريف والتزوير والالتباس، وإلزام المقتبس بالإشارة إلى الكتاب.

3- حق المؤلف في تعديل إنتاجه أو سحبه من التداول.

ثانيا- الحق المالي للمؤلف:

1- هو إعطاء كل صاحب إنتاج فكري حق استغلال هذا الإنتاج، بما يعود عليه من المنافع أو الربح المالي، وذلك خلال فترة معينة، ينقضي هذا الحق بفواتها، ومن صوره:

2- قيام المؤلف باستغلال مصنفة ماليا عن طريق الغير، ويتنازل عن حقه في الاستغلال لقاء نسبة معينة من قيمة المبيعات، وهو ما يطلق عليه النقل غير المباشر للجمهور أو حق النشر، وهي صورة رائجة.

3- قيام المؤلف نفسه باستغلال مصنفة ماليا من خلال نقله إلى الجمهور بصورة مباشرة، وهو ما يسمي بالأداء العلني، وتظهر هذه الصورة في الأعمال السينمائية والتليفزيونية.

4- منح المؤلف بموجب القانون الحق في الحصول على نسبة من ثمن بيع النسخة الأصلية من مصنفاته في كل مرة يتغير فيها مالك المصنف، وهو ما يعرف باسم حق التتبع.

5- يتمتع المؤلف بالفوائد المالية الناجمة عن ترجمة مصنفة إلى لغات أخري.

6- تمنح أيضاً المخطوطات الأصلية وأعمال الفن التشكيلي مؤلفيها حق المشاركة في العائدات الناجمة عن كل مزاد علني يلي التنازل الأول عنها من قبلهم.

مدة الحماية:

تمتد مهلة حماية الحقوق المالية إلى 50 سنة بعد وفاة المبدع وفقا لمعاهدات الويبو، ويجوز تحديد مهل أطول في القوانين الوطنية. وتسمح تلك المدة للمبدعين وورثتهم بجني فائدة مالية لفترة معقولة. وتشمل الحماية بموجب حق المؤلف أيضاً الحقوق المعنوية التي تشمل بدورها حق المبدع في طلب نسبة المصنف له، وحق الاعتراض على التغييرات التي من شأنها أن تمس بسمعة المبدع. وتتراوح ما بين (20 سنة في الإمارات والأردن و 50 سنة في مصر وتونس) وفي أمريكا حق المؤلف ساري المفعول خلال حياة المؤلف، وكذلك الخمسين سنة التي تتبع تاريخ التأليف أو 75 سنة، إذا كان هذا الكتاب قد أخرج بغرض البيع.

كيفية تنظيم حق المؤلف؟

لا يعتمد حق المؤلف ذاته على إجراءات رسمية. ويعتبر المصنف الإبداعي محميا بموجب حق المؤلف فور إعداده. وعلاوة على ذلك، يوجد في العديد من البلدان مكتبا وطنيا لتنظيم حق المؤلف، وتسمح بعض القوانين بتسجيل المصنفات لأغراض تحديد

عناوين المصنفات والتمييز بينها مثلا. وليس من الضرورة أن يتقدم صاحب حق النشر بطلب إلى الجهات المعنية لكي يحتفظ لنفسه بكافة الحقوق المترتبة على نشر مادته الفكرية، إذ إنه يتمتع تلقائيا بموجب القانون بكافة حقوق النشر بمجرد ابتكاره لمادة فكرية جديدة، وقد جرت العادة على تسجيل حقوق النشر لدي الجهات المعنية، والحصول على ترقيم محلي ودولي للعمل الفكري، للاحتجاج به قانونا في حالة التنازع القضائي على هذا العمل، مع ملاحظة أن تسجيل حقوق النشر، والحصول على الترقيم الدولي ليس شرطا مسبقا للتمتع بالحماية القانونية التي يكفلها حق النشر، ولكن صاحب حق النشر لا يستطيع مقاضاة شخص آخر لاعتدائه على مؤلفه إلا إذا كان الطرف الأول قد سجل حقوق نشر العمل المتنازع عليه، كما أن الطرف الثاني لا يتحمل بموجب القانون أية تبعات قانونية تترتب على الأضرار التي تلحق بالطرف الأول، نتيجة لانتهاك حقوق النشر قبل قيام الطرف الأول بتسجيل عمله.

الإدارة الجماعية لحق المؤلف:

لا يملك العديد من أصحاب المصنفات الإبداعية الوسائل اللازمة لإنفاذ حق المؤلف على المستوى القانوني والإداري، بسبب الانتفاع العالمي المتزايد بالمصنفات الأدبية والموسيقية والأداء الفني على وجه الخصوص. ونتيجة لذلك، يشهد العديد من البلدان نزعة متزايدة إلى إنشاء منظمات أو جمعيات للإدارة الجماعية، وبإمكان تلك الجمعيات أن تفيد أعضائها بخبرتها في المجال الإداري والقانوني في جمع الإتاوات المتأتية من الانتفاع بمصنفات الأعضاء في العالم وإدارة تلك الإتاوات وتوزيعها مثلا.

وقد تأكدت في السنوات الأخيرة فكرة أن الممارسة الفردية للحقوق مسألة غير عملية، وأن الإدارة الجماعية أداة أساسية لممارسة الفعالة للحقوق، فهي تلعب دوراً مهماً ومفيداً جداً بالنسبة إلى المؤلفين والمبدعين، وكذلك بالنسبة إلى المنتفعين على حد سواء، وهو ما يفسر تطورها الهائل بالموازاة مع الانتفاع المتزايد بالمصنفات الذي وفرته التكنولوجيات الجديدة.

ويرجع السبب، وراء عدم إمكانية ممارسة حق المؤلف والحقوق المجاورة من جانب مالكي الحقوق الأفراد إلى العدد الكبير من المنتفعين بالمصنف المعني. فالأفراد لا يملكون، في العادة، القدرة على رصد كل عمليات الانتفاع من قبل المنتفعين، والتفاوض معهم، وتحصيل التعويضات. ولا تعني هذه الحالة وجود أسباب تؤدي إلى استنتاج يقضي بضرورة وجود نظام الترخيص الإجباري؛ فثمة خيار أنسب بكثير لمثل هذه الحالة، وهو الإدارة الجماعية للحقوق الاستئثارية.

في إطار نظام الإدارة الجماعية، يصرح مالكو الحقوق لمنظمات الإدارة الجماعية بإدارة حقوقهم، أي رصد الانتفاع بالمصنفات المعنية، والتفاوض مع المنتفعين المحتملين، ومنحهم التراخيص مقابل رسوم مناسبة، وتحصيل هذه الرسوم وفقاً لشروط مناسبة، وتوزيعها على مالكي الحقوق. وثمة تطورات إستراتيجية أخذت تتبلور بما يتيح لمنظمات الإدارة الجماعية أن توفر حماية وإدارة فعالتين لحقوق مالكي الحقوق في مجال التجارة الإلكترونية. كما تم تطوير آليات تقنية تستخدم أحدث ابتكارات التكنولوجيا الرقمية الجديدة من أجل تشكيل البنية التحتية للإدارة الإلكترونية لحقوق المؤلف، كما تنشط بعض المنظمات غير الحكومية، لإنشاء نظام عالمي جديد لإدارة المعلومات المتعلقة بالمصنفات، وبالمبدعين، ومالكي الحقوق.

وتواجه شروط الحقوق وممارستها وإدارتها تحديات جديدة مع التوسع المستمر في تطبيق التكنولوجيا الرقمية مثل ظهور منتجات الإعلام متعدد الوسائط، واستخدام الشبكات الرقمية كشبكة الإنترنت. وقد جاءت الحلول التكنولوجية الجديدة (تكنولوجيات التشفير، وأرقام التعرف الرقمية، وأنظمة المعلومات المتعلقة بإدارة الحقوق.. الخ.) استجابة لهذه التحديات ولا تزال خاضعة للتطور.

صور الاعتداء على حق المؤلف:

1- التقليد والتزييف والتشويه.

2- السرقة الفكرية وهو اصطلاح شائع حول استنساخ المادة بدون ترخيص وبيعها خفية.

3- إقدام بعض دور النشر على إعادة طباعة بعض أعمال المؤلفين دون أذن أصحابها.

4- ترجمة المصنفات دون الحصول على تصريح أو أذن.

5- الاعتداء على المنتجات الفنية مثل الرسم والنحت والحفر والعمارة والزخرفة وفنون التليفزيون والسينما بأشكالها.

وسائل حماية حق المؤلف:

1- الإجراءات الوقائية ومنها حظر نشر المادة المقلدة، وتعديل المصنف لإزالة الأجزاء المقلدة منه، أو حذف أجزاء منه، ومصادره النسخ غير المشروعة، وإتلاف النسخ المقلدة والحجز عليها.

2- الإيداع القانوني للمصنفات حيث يلزم الناشر بإيداع عدد من نسخ المصنف في المكان الذي يحدده القانون ضمن مدة معينة من تاريخ النشر.

3- الجزاء المدني إذا وقع بالمؤلف ضرر غير مادي يمس شخصيته، ويؤثر على مركزه في المجتمع.

4- الجزاء الجنائي وتقع في حالة ارتكاب جريمة التقليد ضد المعتدي، ويحكمها قانون العقوبات، وينحصر في الحبس أو الغرامة.

الاستخدام الحر:

هناك ما يعرف بالسماح بالاستعمال العادل Free Use or Fair Use. وبمقتضى هذا المبدأ يمكن ممارسة الاستخدامات التالية دون الحاجة للحصول على أذن مؤلفيها المسبق ومنها:

1- الاستعانة بالمصنف للاستعمال الشخصي.

2- الاستعانة بالمصنف على سبيل الإيضاح لأغراض التعليم والثقافة.

3- استعمال المصنف في اجتماع عائلي أو في نادي خاص أو مدرسة أو في لقاء جمعية أو من قبل الفرق الموسيقية الحكومية.

4- استعمال المصنف من قبل المكتبات العامة ومراكز التوثيق غير التجارية والمؤسسات العلمية والثقافية.

5- استعمال المصنف بمناسبة تقديم خبر يومي أو حدث جديد.

6- استعمال الخطابات والمحاضرات والمقالات التي توزع بشكل عام أو التي تعرض في المسارح والأماكن العامة.

7- استنساخ المقالات الإخبارية التي تعالج موضوعات الساعة أو نشرها من قبل الصحف والدوريات وكذلك المصنفات الإذاعية ذات الطابع المماثل بشرط ذكر مصدرها.

(ب) حق المؤلف في الواقع الافتراضي (على الإنترنت)

مع تزايد استخدام الإنترنت، أصبح مفهوم الحماية المتوافرة لحق المؤلف ومداها من الموضوعات الساخنة، حيث طرح العديد من التساؤلات منها: هل تنطبق قوانين حقوق النشر على الفضاء الإليكتروني؟ وهل ثمة قوانين أو قواعد خاصة تنظم حقوق المؤلف في العالم الرقمي تختلف عما هو معمول به حاليًا؟ وإلي أي مدى أثرت الإنترنت في طبيعة هذه الحقوق؟ وما المقصود بحقوق الأداء والتسجيل الصوتي؟ وإلي أي مدى تأثرت بالتكنولوجيا الرقمية والإنترنت؟ وما هو موقف المنظمات الدولية من التعامل مع حقوق الملكية الفكرية في ظل الثورة الرقمية والإنترنت؟

وتثار هذه التساؤلات وغيرها، في وقت يكتنف فيه حق المؤلف على الإنترنت الكثير من سوء الفهم مثل:

- يعتقد البعض أن قوانين حقوق الملكية الفكرية لا تنطبق على الإنترنت، بل يذهبون إلى القول أن هذه القوانين- في ظل ظهور الإنترنت وشيوع استخدامها- قد أضحت عديمة الفائدة.
- يعتقد البعض أن أي مصنف إليكتروني منشور عبر الإنترنت، هو ملك مشاع للجميع، ويمكن نسخه بحرية وبالمجان دون التعرض لأية مساءلة قانونية.
- يعتقد البعض أن قوانين حقوق الملكية الفكرية لا تطبق على المصنفات الإليكترونية بوجه عام، وعلى الإنترنت بوجه خاص.
- يعتقد بعض مستخدمي الإنترنت، أنهم بمنأى عن المساءلة القانونية عن أي انتهاكات لحقوق الملكية الفكرية الخاصة بالآخرين على الإنترنت، بحكم الكم الهائل من المعلومات المتوافرة على الإنترنت، ولسهولة عمليات النسخ، وإعادة الإنتاج، وبحكم إمكانية استخدام طرائق عديدة من التجهيل، ولصعوبة تحديد المعتدي، ولإمكانية ممارسة أفعال التعدي بالاتصال بالإنترنت من أماكن اتصال متفرقة.. الخ.
- يعتقد البعض أن جدة الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، وعدم سن قوانين خاصة بها بعد، وقلة الحالات القضائية التي تم البت فيها، فضلاً عن جهل أفراد وجهات عديدة بها، يعفيهم من الوقوع تحت طائلة أية قانون، وأن بمقدورهم الإفلات من العقاب.

وهذه الاعتقادات والأفكار خاطئة تماما، وتقوم على معلومات غير صحيحة، شاعت في بداية استخدام الإنترنت، حينما كانت حكرا على العلماء والأكاديميين، الذين كانوا يستخدمونها في الأغراض العلمية والبحثية وتبادل المعلومات، بينما الواقع يشير إلى أن جميع القوانين الخاصة بحقوق الملكية الفكرية تنطبق على الإنترنت، في حالات كثيرة، حيث لا يجوز الاستحواذ على الممتلكات الفكرية لأي شخص آخر أو أعماله المبتكرة دون الحصول على تصريح مسبق بذلك، والتعلل بالجهل بهذه القوانين، وأنها

لا تنطبق على الإنترنت لا يعفي أبدا من المسئولية القانونية، وأن كانت بعض مواد هذه القوانين تحتاج إلى تحديث لتتوائم مع البيئة الرقمية الجديدة، بيد إنه يظل أن حماية حقوق المؤلف حق أساسي وضروري، بغض النظر عن البيئة التي يتواجد فيها إنتاجه، كما توجد بعض الاتفاقيات الدولية التي تنظم حقوق الملكية الفكرية على الإنترنت مثل معاهدتي الإنترنت للويبو، كما يتوافر الآن العديد من السوابق القضائية التي يمكن الاحتكام إليها، بالإضافة إلى أن دولاً عديدة بدأت تشرع في سن قوانين تنظم إدارة الإنترنت.

الاتجاهات إزاء حقوق المؤلف على الإنترنت:

كما يوجد العديد من سوء الفهم المتعلق بحقوق الملكية الفكرية على الإنترنت، فإن ثمة اتجاهات متباينة إزاء حماية هذه الحقوق على الإنترنت، إذ بينما يرى البعض أن قوانين الملكية الفكرية يجب ألا تمتد لتشمل بشكلها الحرفي شبكة الإنترنت- لما للنشر على هذه الشبكة من طبيعة خاصة، تختلف عن النشر بأساليبه التقليدية، ولما لهذه الشبكة من أثر كبير في نشر الثقافة والعلوم في جميع أنحاء العالم، ولا يعني ذلك تجريد النشر على الإنترنت من أي شكل من أشكال الحماية القانونية، وإنما ضرورة أن يراعي تقنينها الفوارق والمزايا التي تتمتع بها شبكة الإنترنت. والمؤيدون لهذا الاتجاه يستندون للعديد من السوابق القضائية في الولايات المتحدة الأمريكية، ولبعض المبادئ القانونية العالمية منها مبدأ الاستخدام المشروع fair use، حيث أن مستخدم الإنترنت الفرد لا يقوم بنسخ المعلومات والصور المحمية إلى جهازه الخاص لاستخدامها لغايات تجارية، بل أن عملية النسخ تتم في أغلب الأحيان بشكل إلى، ودون علم المستخدم بذلك، وتقوم برامج استعراض الإنترنت بهذه العملية حتى تُسرع وصول المستخدم للصفحات التي سبق وأن زارها في السابق.

وبينما يرى البعض أن قانون حق المؤلف لا ينطبق على الإنترنت، وأن هناك حاجة لقوانين جديدة لحماية المصنفات الفكرية على الإنترنت، فإن البعض الأخر يرى -

ومنهم بعض القضاة – إن الوسائل التكنولوجية الجديدة مثل التليفزيون والتسجيلات تتفق مع قوانين حق المؤلف، وأن الإنترنت ليست استثناء، وبالرغم من موافقة البعض على هذا الرأي، فمازال البعض الأخر يرى وجود حاجة لاستصدار قانون جديد لتوضيح بعض الأمور، وتثبيت القوانين الموجودة.

مظاهر الاعتداء على الملكية الفكرية على الإنترنت:

أوجدت الإنترنت أشكالا جديدة، ومتنوعة من التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين ومنها:

- الاعتداء على الأعمال الذهنية والفكرية مثل نسخ أي مادة فكرية منشورة إليكترونيا (سواء كانت هذه المادة نصا مكتوبا أو صورة أو فيلم أو فيديو أو برامج أو موسيقي أو غير ذلك) واستغلالها بشكل أو بآخر، دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي والمادي لهذه المادة. وبالرغم من أنها مادة إليكترونية وليست ورقية، إلا أن ذلك لا يسقط عنها حق النشر الذي يتمتع به صاحب هذه المادة الأصلي، حتى ولو لم تتضمن هذه المادة العلامة التحذيرية: "حقوق النشر محفوظة" أو العلامة الدالة على ذلك.
- بث أو عرض أو نشر الأعمال الفكرية المسروقة إليكترونيا، بدون ترخيص، واستخدام مواد مواقع أخري، بدون الالتزام بشروط الاستخدام أو بدون أذن صاحبها، وبطريقة لا تتفق مع مقتضيات الاستخدام المشروع.
- حذف أي معلومات واردة في شكل إليكتروني، أو تغييرها بدون أذن، وتكون ضرورية لإدارة حقوق الملكية الفكرية.
- توزيع أو استيراد لأغراض التوزيع مصنف أو أحد أوجه الأداء والتسجيلات، دون أذن مع العلم بوجود حذف أو تغيير في المعلومات الضرورية لإدارة حقوق الملكية الفكرية.

- إذاعة أو نقل أو إتاحة أي معلومات واردة في شكل إليكتروني للجمهور، دون إذن مع العلم بوجود حذف أو تغيير في المعلومات الضرورية لإدارة حقوق الملكية الفكرية.
- تحميل مواد محمية من الإنترنت لاستخدامها في أشكال أخري بدون أذن.
- تقليد الأعمال والمصنفات الفكرية الإليكترونية، وتشويه معالمها، أو تحريف مضامينها، بصورة تضر بها.
- نسخ المواد الأصلية في أشكال أخري مثل نسخ صور من مجلات على الإنترنت، ونقلها بدون تصريح أو أذن، وبث هذه الصورة في شكل صيغة من صيغ تبادل الصور عبر الإنترنت.
- القيام بنسخ أية رسالة كتبها شخص ما، وبثها عبر إحدى المجموعات الإخبارية أو إحدى القوائم البريدية وإرسالها إلى مجموعة إخبارية أخري، دون الحصول على تصريح مسبق.
- خلق صور من صور أخري أصلية باستخدام برامج الصور والرسوم، باعتبار أنها مشتقة أو مستنسخة من عمل أخر، أو انتهاك شروط استخدام صور ما من موقع ما، وتغييرها بطريقة لا تتفق مع هذه الشروط، إذ بينما يجوز استخدام مكتبات القصاصات المصورة التي توفرها بعض البرامج مثل Claris Home Page, Microsoft Front Page, and Adobe Page Mill software، ولكن يحدث انتهاك حقوق الملكية الفكرية لهذه البرامج في حالة إحداث تغيير كبير في هذه الصور.
- استخدام الأعمال الفكرية من نصوص وصور ولقطات مرئية على الإنترنت، دون نسبتها إلى صاحبها.
- عدم الالتزام بالشروط التي يضعها بعض مبرمجي برامج الكمبيوتر والإنترنت مثل برامج جافا وجافا سكريبت واكتيف اكس أو استخدامها بدون تصريح.

- التعدي على المادة الإخبارية والإعلامية التي توفرها بعض وكالات الأنباء والصحف والمجلات، ونسبة هذه المواد للمعتدي، وأن كان البعض يرى أن المواقع الخاصة بالصحف والمجلات على الإنترنت لا تتمتع بالحماية، باعتبار أنها معلومات عامة، بينما يرى البعض الأخر أن الإنترنت ليست أكثر من وسيلة إعلامية أخري، وأن ما ينطبق على الإذاعة والتليفزيون والصحافة ينطبق على الإنترنت أيضاً، من ناحية وجوب التزامها بحقوق الملكية الفكرية.
- بينما قد لا يحتاج استخدام الوصلات المرجعية hyperlinks من الناحية القانونية إلى الحصول على تصريح مسبق بذلك من أصحاب هذه المواقع التي نستخدمها كوصلات مرجعية، فقد جرت قواعد واتيكيات السلوك الشبكي netiquette، وآداب الشبكة العامة على الاستئذان قبل الإقدام على مثل هذا التصرف.

سمات الإنترنت كوسيلة للتعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين:

- شرك تثبيت المصنفات بشكل مادي قابل للنشر، حيث يتم النشر على الإنترنت بواسطة الأرقام (صفر، واحد)، وهذه الأرقام تكون مرتبة بشكل معين يفهمها الحاسوب، ويقوم بترجمتها بشكل مادي إلى حروف وكلمات ولوحات فنية وصور مفهومة لبني البشر، وتكون مطابقة للأصل المادي الذي أخذت منه.
- ثمة تصريح ضمني بنسخ المواد المدرجة على أي موقع ونقلها إلى أجهزتنا الشخصية، فعملية تصفح الشبكة ذاتها مثل سائر استخدامات الإنترنت الأخرى، تقوم أساسا على نسخ المواد ونقلها وتبادلها بين أجهزة الكمبيوتر وبعضها البعض، فحينما ندخل على أحد المواقع المدرجة على الشبكة تنتقل المواد المدرجة في داخل كمبيوتر المرسل إلى أجهزة الكمبيوتر الخاصة بنا، ومن ثم فإن حقوق النسخ والنقل يكون مكفولا ضمنيا في هذه الحالة، دون الحاجة إلى الحصول على تصريح مسبق، ولكن هذه الحق الضمني يقتصر على تصفح هذه المواد، والاستفادة منها دون استغلالها بما يتعارض وحقوق النشر.

- بينما تتراجع قيمة الأعمال الفكرية التقليدية، وجدارتها وأهميتها بعد فترة زمنية، ويصعب إجراء تعديلات عليها أو تجديدها، فإن الأعمال الفكرية الإليكترونية على الإنترنت، تتسم بالعمر الزمني الأطول لتوافر إمكانيات الحفظ والتخزين والاسترجاع، مع إمكانية إجراء العديد من التعديلات والتجديدات عليها بدون تكلفة تذكر.
- سمة التفاعلية التي تتميز بها الإنترنت، والتي تزود المتصفحين بإمكانية تقليد العمل الأصلي باستخدام الوسائط المتعددة، مما يخلق الانطباع بأن التدخل في العمل الأصلي، لا يمثل مخالفة قانونية، مثل دعوة المستخدم لصناعة فيلم متحرك باتباع بعض الخطوات. ويتضاعف خطورة الأمر لو كانت اللعبة المقلدة أو الفيلم المقلد عبارة عن نسخة من عمل أصلي.
- عدم فقدان الجودة عند إعادة إنتاج العمل الأصلي، فالإنترنت على عكس الوسائل الأخرى مثل الآلات التصوير، وأشرطة الفيديو والموسيقي، والفاكس.. الخ تسمح بإمكانية إعادة عملية النسخ الرقمي لحقوق الملكية الفكرية، وإنتاج نسخ مطابقة تماما للأصل، ودون أن يفقد جودته، وهو ما يساعد القراصنة على إنتاج نسخ عديدة للأصل، وبمواصفات جودة عالية، كما يشجع بعض المستخدمين على عدم الرجوع لصاحب العمل للحصول على نسخة من العمل الأصلي، أو الحصول على أذن للاستفادة من إنتاجه.
- التكلفة الهامشية لإعادة الإنتاج والتوزيع: فإنتاج الأعمال الفكرية على الإنترنت لا يكلف كثيرًا، على عكس تجارة إنتاج وبيع وتوزيع الكتب والمجلات والأشرطة.. الخ مثلاً، فتكلفة استنساخ أو إنتاج نسخ إضافية لعمل إليكتروني تعد تكلفة هامشية مقارنة بغيرها، وكذا فإن تكلفة توزيع هذه الأعمال، ونقل نسخ منها إلى المستخدمين الآخرين عبر الإنترنت، تعد أيضاً محدودة جدًا، فالإنترنت تسهل عمليات النسخ غير المكلف، والسريع للأعمال الفكرية من جهة، مع إمكانية توزيعها رقميا بسهولة أيضاً، وباستخدام نفس التقنيات من جهة أخري، وهو ما يختصر جهدًا كبيرا، ويقلل من الجهد المبذول في عمليات التعدي في خطوات قليلة.

- سهولة توظيف المعلومات الرقمية وتعديلها بدرجة مغايرة لأشكالها التقليدية، مما يصعب كشف أوجه تغييرها أو تحويرها، ومن ثم يصعب كشف الانتهاك.
- يمكن أن تحرف التكنولوجيا الرقمية تطبيق القوانين المتعلقة بحماية الملكية الفكرية، فمثلا يسمح قانون حقوق الطبع والنشر بالولايات المتحدة للمستخدم بأن يعطي لمستخدم آخر نسخة مادية من كتاب يتمتع بحقوق الطبع والنشر، ولكن القانون يحظر على هذا المستخدم نقل نسخة إليكترونية من نفس ذلك الكتاب.
- يمكن أن تغير التكنولوجيا الرقمية بعض المفاهيم القانونية، فما يمثل استخداما عادلا، ومن ثم مسموحا به، في القانون الأمريكي دون إذن من صاحب حقوق الملكية، يتوقف في جانب منه على ما إذا كان هناك سوق للجزء المنسوخ من العمل، ولما كانت أجهزة الحاسب الآلي تخلق أسواقا لأجزاء أصغر وأصغر من الأعمال، فإن الاستخدامات التي كانت عادلة في المواد المطبوعة قد لا تصبح كذلك في نطاق المعلومات الرقمية على الإنترنت.
- بينما يمكن كشف ومنع نسخ ملف من الإنترنت بطريقة أسهل مما لو حدث هذا العمل في كتاب مطبوع، ولكن من الصعب غالبا معرفة من الذي قام بعملية النسخ غير القانونية.

مشاكل حماية الأعمال الأدبية والفنية على الإنترنت:

عند تطبيق مبادئ الحماية التقليدية على الأعمال الأدبية والفنية المنشورة على الإنترنت، فإن العديد من المشاكل القانونية تبدأ بالظهور، ويعود ذلك للطبيعة الخاصة بالشبكة، ولعل من أهم هذه المشاكل:

- التضخم المطرد في حجم المعلومات والبيانات التي تنشر عبر الإنترنت، مما يؤدي لصعوبة تمييز الأعمال الأصلية عن غيرها من بين الفيض المعلوماتي الكبير.
- سهولة انتهاك حق الطبع على الإنترنت، وسهولة ممارسة التعدي على أي منتج

فكري، يتوافر على الإنترنت، وكذا سهولة استنساخه، أو إعادة إنتاجه في أشكال متنوعة، ونسخه، وتغييره، بل والإساءة إلى مؤلفه، وتدمير سمعته.

- إمكانية الضغط أو الكبس الرقمي للمعلومات، وبما يسمح بتخزين ونقل كميات هائلة من المعلومات، وعمل نسخ ذات دقة وسرعة عالية، فضلاً عن تكييف أو التعامل مع أية مادة بسهولة أو دمجها مع مادة أخري (الموسيقي، الصور، النصوص في الملتيميديا) وهو ما أوجد أشكالا جديدة من التعامل مع المصنفات وأوجه الأداء الفكرية لم تكن مطروحة من قبل، وتستدعي إصدار تشريعات تتفق مع طبيعتها.
- اعتقاد بعض مستخدمي الإنترنت بعدم وجود قانون يحمي حقوق المؤلف على الإنترنت، مع عدم معرفة البعض الآخر بالإطار القانوني لحق الطبع، في وقت تسمح فيه الإنترنت لهؤلاء المستخدمين بنشر أعمالهم بشكل متكرر ومتوال، وهو ما يسفر في النهاية عن خسائر فادحة لصاحب العمل، من جراء هذه الانتهاكات الصغيرة والمتوالية.
- صعوبة تحديد المعتدين على حق المؤلف، فقد يتم الاعتداء على حق المؤلف، من خلال اتصال المعتدي بالإنترنت من مكان عام أو مكتبة عامة أو مقهى للإنترنت.
- جدة أو حداثة ظاهرة القرصنة الإليكترونية، وعدم مواكبة التشريعات لها، وعدم ملاحظة ومتابعة و مراقبة عمليات التعدي الإليكتروني على حقوق الملكية الفكرية وقوانينها في العالم الافتراضي منذ فترة طويلة، ومن ثم يصعب حصر عمليات التعدي وأشكالها.
- صعوبة إتمام عمليات الضبط القضائي لحالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية، مع عدم توافر الإمكانيات اللازمة لدي مزودي خدمة الإنترنت، لحفظ سجلات التعدي على هذه الحقوق كمستند، وكدليل على حالات التعدي هذه.

- تشكك الكثير من المبدعين في مجالات متنوعة، في قدرة القوانين الجديدة على حماية حقوقهم على الفضاء الإليكتروني، مثلما هو الحال في الواقع غير الافتراضي، مما يجعلهم يحجمون عن بث موادهم الإبداعية على الإنترنت، كما يتشككون في مقدرة السلطات المعنية بالإنترنت على اقتفاء أثر عمليات التعدي على إبداعاتهم على الإنترنت. :
- القدرة على ممارسة عمليات التعدي على الإنتاج الفكري والإبداعي للآخرين بشكل مستتر ومجهل، فباستخدام البريد الإليكتروني المجهل، وتقنيات الإنترنت الأخرى، فإن القراصنة قادرين على العمل إليكترونيا بشكل مجهل، وممارسة التخفي، وإزالة آثار الاعتداء، وتعويق القدرة على تعقبهم. ويمثل التجهيل خطرا كبيرًا على الإنترنت، لأنه نظريا يسمح للقراصنة بإلحاق الأذى بالآخرين بدون تحمل أي خسارة، وهو ما يقوض القاعدة القانونية العامة بأن من يتسبب في ضرر، يجب أن يجبر على تحمل تكلفة أعماله.
- صعوبة تطبيق القوانين الخاصة بحق المؤلف، والخاصة بكل دولة على الإنترنت، نظرًا للشخصية العالمية للإنترنت، مع صعوبة إتمام عمليات المراقبة على حالات التعدي، لإمكانية إتمام عمليات التعدي عبر مزودات دول أخري، فضلا عن صعوبة ضبط هذه الحالات وتوقيفها لتوافرها على خوادم مزودات موجودة في دول أخري، مع صعوبة التنسيق بين قوانين حق المؤلف في العديد من الدول، برغم من وجود اتفاقيات دولية في هذا الصدد.
- سهولة ممارسة التعدي على المصنفات الفكرية على الإنترنت، من نسخ وإعادة إنتاج، بدون تكلفة تذكر، وبمواصفات جودة عالية، تطابق الأصل، مع سهولة التخفي، مما يشجع الكثيرين على عدم الحصول على ترخيص من أصحاب هذه المصنفات أو نَسَبة أعمالهم إليهم.
- سيادة تصور عام، بعدم قبول فكرة عدم مشروعية النسخ غير التجاري والخاص

للأعمال الفكرية التي تتمتع بالحماية من جهة المستخدمين، ومن جهة المبدعين. ويؤدي هذا التصور إلى سيادة شعور لدي هؤلاء المبدعين بأن أي قانون جديد لحماية أعمالهم، لن تكون له سوي قيمة رمزية، ولن يحقق لهم شيئًا.

- التعارض الظاهري بين حق المؤلف وحق المستخدم، إذ بينما تميل الإنترنت إلى مناصرة حقوق المستخدمين، يميل صناع القوانين إلى التوسع في حماية حقوق المؤلفين. فالتحدي المهم الذي يواجه المبدعين والمؤلفين والناشرين في عصر الإنترنت ليس تعزيز قوانين حق المؤلف، ولكن كيفية صياغة نماذج وعلاقات جديدة مع جمهورهم، وفقا لقواعد وشروط عمل مقبولة لدي الطرفين، وتستفيد في ذات الوقت من الإمكانيات المتاحة على الإنترنت.

- صعوبة تطبيق قاعدة الاستخدام العادل Fair Use على الأشكال الجديدة للتعبير على الإنترنت التي تحدث في الفضاء الإليكتروني، مثل نقاشات الجماعات الإخبارية أو القوائم البريدية أو مؤتمرات الخدمات الإليكترونية، فمئات من الناس يساهمون بسطور قليلة في هذه المناقشات، ولو أراد متصفح أن يستفيد بهذه المناقشات والحوارات ضمن أعماله، فإنه يصعب عليه الحصول على موافقة كل المساهمين في هذه الحوارات والنقاشات، فمن الناحية النظرية، يمتلك كل مساهم حق التأليف لسطوره أو كلماته فقط، ولكن المساهمة الفردية الواحدة ليست بذات قيمة في حد ذاتها، بيد أن صاحب كل مساهمة، قد يشعر بالغضب في حال عدم الحصول على موافقته على نشر هذه الحوارات والنقاشات، ولذلك يفضل دائمًا الحصول على تصريح.

- سماح بعض الدول لمحترفي التزوير والقرصنة الفكرية بممارسة أعمالهم على الإنترنت من داخل أراضيها، دون رادع أو عقاب، في وقت يصعب معرفة أماكن ممارسة هذه الجرائم.

- تحطيم الإنترنت للموروثات والأعراف التقليدية في مجال النسخ، حيث أصبح

بالإمكان إتمام عمليات الاستنساخ الرقمي لعدد كبير من الأعمال أو الموسوعات، وبينما كانت شركات الفيديو والكاسيت، تمثل مرتعا للقرصنة، وشكلت تهديدات جدية، لحماية حقوق الملكية الفكرية في وقت ما، فقد تمت مقاومتها من خلال رقابة يقظة للمنتجين، ولكن حين تسافر المعلومات بسرعة رقمية تقارب سرعة الضوء، تصبح محاولة فرض أية رقابة فعالة عليها مسألة صعبة.

- بينما توفر البيئة الرقمية فرصا جديدة لتجعل أعمال المؤلفين متاحة لعدد كبير من المستخدمين، وفي نطاقات جغرافية متنوعة، لم يكن يحلمون بالوصول إليها قبل الإنترنت، فإنه مازالت توجد صعوبات في مساءلة التحول إلى الطابع الإليكتروني والرقمي لنشر الأعمال الإبداعية، فضلا عن صعوبة تحول الناشرين إلى هذا الشكل الجديد، كذلك فإن تعقد التعامل التجاري مع المصنفات الفكرية على الإنترنت، وارتفاع درجة المخاطرة، يقيد نمو التشريعات المتعلقة بحماية المصنفات الفكرية على الإنترنت.

- صعوبة إتمام إجراءات الحماية الوقائية على المصنفات الفكرية على الإنترنت، فمثلا يصعب حظر نشر المواد المقلدة؛ حيث لا يمكن التحكم في وسيلة النشر ذاتها، لعوامل عديدة، منها الطابع الدولي للإنترنت، وصعوبة مصادرة الموقع الذي يمارس الاعتداء على المصنفات الفكرية، وصعوبة الحجز على المواد المقلدة، إذ بمجرد إتمام عمليات النسخ، وحفظها على القرص الصلب الخاص بالمعتدي أو على قرص مرن، يمكن ممارسة أشكال متنوعة من التعدي، والتصرف بالطريقة والكيفية التي يراها.

- عدم حسم بعض التساؤلات القانونية مثل هل ينطبق مفهوم البيع التقليدي للسلع على الممارسات التي تتم على الإنترنت، أم أن ما يحدث هو بيع لرخص استخدام حقوق الملكية الفكرية؟.

معاهدتا الإنترنت وحقوق الملكية الفكرية:

توسع مجال حق المؤلف والحقوق المجاورة بصورة هائلة بفضل التقدم التكنولوجي الذي شهدته العقود الأخيرة، والذي أدى إلى استحداث وسائل جديدة لنشر الإبداعات بمختلف طرق الاتصال العالمية مثل البث عبر الأقمار الصناعية أو الأقراص المدمجة، والإنترنت التي تعد أحدث وجه للتطور الذي لا يزال يثير تساؤلات جديدة ذات صلة بحقوق المؤلف. وتسعي عدة منظمات دولية لإرساء معايير جديدة لحماية حق المؤلف في الفضاء الإلكتروني، وعلي رأسها منظمة الملكية الفكرية العالمية، والتي قامت في ديسمبر 1996 بتحديث اتفاقية برن، حيث وفرت حماية جديدة لحق المؤلف، ولمن يقومون بأداء وإنتاج التسجيلات الصوتية من خلال إصدار معاهدتين جديدتين - معاهدة حقوق النشر والتأليف، ومعاهدة حقوق الأداء والتسجيلات الصوتية، (المعروفتين معًا باسم "معاهدتي الإنترنت" في كثير من الأحيان) وهما معاهدتان تشرعان لكيفية استخدام التطبيقات التجارية للاتصالات الرقمية المباشرة بالكمبيوتر عبر البنية الأساسية العالمية للمعلومات، كما وضعتا قواعد دولية لمنع الوصول إلى المصنفات الإبداعية أو الانتفاع بها على شبكة الإنترنت أو على الشبكات الرقمية الأخرى، دون تصريح بذلك من أصحابها.

وتعد اتفاقيات الويبو أول خطوة دولية مهمة لتناغم قانون الملكية الفكرية الدولية، حيث تنص على حق الامتياز للمؤلف في توزيع، بيع، تأجير عمله إليكترونيا. وتمنع الإزالة أو الحذف أو التغيير غير المرخص للمعلومات المتعلقة بحق ملكية العمل، والمعروف بحق إدارة المعلومات، مع التزام كل دولة تتبنى هذه التشريعات بتوفير إجراءات تنفيذ هاتان المعاهدتان. وتعد اتفاقية الأداء التي تحمي المنتجين والمؤدين هي الأولى التي تطبق على النقل الرقمي للتسجيلات الصوتية، وبمقتضاها تلتزم الدول الأعضاء بمنح نفس حق الامتياز للأجانب مثلما تمنحها لمواطنيها. وتعطي حق امتياز للترخيص بإعادة الإنتاج والتوزيع والتأجير للمنتجين وأصحاب الأعمال الترفيهية، وتمتد الحماية لـ 50 عاما منذ بدء الأداء.

وتعطي الاتفاقيات الدولية للمؤلف حق الرقابة على إنتاج وتوزيع نسخه، حيث لا توجد نسخ طبيعية على الإنترنت والشبكات الرقمية، وتعني الاتفاقيتان بأنظمة حق الطبع أنها ستنطبق على النسخ غير الطبيعية فقط. وتنطبق المعاهدتان على الكتب والموسيقي والأفلام وبرامج الكمبيوتر التي تنقل إليكترونيا، وتحدد إطارا عولميا يسهل للعاملين بالقانون متابعة انتهاكات حقوق الطبع في الدول الأخرى، وهي تعكس إقرارا دوليا بأهمية حق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية. وتعطي هاتان الاتفاقيتان ميزة للشركات الأمريكية العاملة في مجال المعلومات والترفيه للوصول إلى المحاكم الأجنبية لحماية أعمالهم من الاستخدام الرقمي غير المرخص مثل تايم وارنر وديزني.. الخ.

وتشمل كل من المعاهدتين أحكاما تتعلق بالحماية التكنولوجية، والمعلومات الخاصة بإدارة حقوق النشر والتأليف، وحق الاتصال بالجمهور، وجميعها حقوق لا يمكن الاستغناء عنها من أجل ممارسة فعالة للحقوق في البيئة الرقمية. كما تشمل كل من المعاهدتين أحكاما تتيح للدول النص على استثناءات لبعض الحقوق في حالات معينة لا تتعارض مع الاستغلال العادل للعمل، ولا تضر دون داع بالمصالح المشروعة للمؤلف، أي "الاستخدام العادل". وتتيح هذه الأحكام للأعضاء أن ينقلوا إلى البيئة الرقمية القيود والاستثناءات الواردة بقوانينهم الوطنية التي تعتبر مقبولة بمقتضى اتفاقية برن، كما تتيح هذه الأحكام للأعضاء أن يستنبطوا استثناءات وقيود جديدة تلائم بيئة الشبكة الرقمية، بشرط ألا تضيق أو توسع من نطاق تطبيق القيود والاستثناءات التي تسمح بها اتفاقية برن. وإن كان ليس من المحتمل أن ينتهي الصراع حول الحقوق والمساءلة القانونية للشركات العاملة على الإنترنت، وفقًا لهاتين المعاهدتين، وهو ما يتضح من كثرة النزاعات والحالات القضائية التي يتردد صداها هذه الأيام.

وقد أثارت المعاهدتان قضية مسئولية المستخدمين أو شركات مزودي الخدمة عن انتهاكات حقوق الطبع، فبينما يميل أصحاب الأعمال الإليكترونية لتحميل المسئولية للمستخدم، تميل جماعات حق المؤلف إلى ضرورة أن يتحمل مزودي الخدمة المسئولية

ويعوضوا المؤلف. وقد شعر بعض موردي الإنترنت بالإحباط لعدم استثناء الاتفاقيتين لهما من مسئولية النقل غير القانوني لحقوق المؤلف الذي قد يقوم به مشترك لديهم، وكذا يشعرون بالقلق من أن تحميل نسخ بشكل مؤقت على ذاكرة الكمبيوتر، قد يعد استخداما غير مرخص به. وقد تضمنت الاتفاقية استثناءات تتعلق بالذاكرة المؤقتة(1)، ورؤية العمل على الويب، باعتبار أنها لا تقلل من قيمة العمل الأصلي، وتم استبعاد بند بحق إعادة الإنتاج لحامل حق الطبع بالرغم من وجودة في اتفاقية برن. ومن المؤكد أن مدخل تطبيق هذه الاتفاقية التي تقدم إرشادات عامة سيختلف من دولة لأخرى، وستحاول الدول النامية إعطاء أولوية أكبر للنقاط / المواد المتعلقة بالاستخدام العادل أكثر من الدول المتقدمة..

وتشمل الحماية الممنوحة بموجب حق المؤلف أوجه التعبير وليس الأفكار أو الإجراءات أو أساليب العمل. ومن بين حقوق المؤلف التي نصت عليها المعاهدة الأولى/ حق المؤلف: (حق التوزيع): حيث يتمتع مؤلفو المصنفات الأدبية والفنية بالحق الاستئثاري في التصريح بإتاحة النسخة الأصلية أو غيرها من نسخ مصنفاتهم للجمهور ببيعها أو نقل ملكيتها بطريقة أخرى. و(حق التأجير): حيث يتمتع مؤلفو برامج الحاسوب، والمصنفات السينمائية، والمصنفات المجسدة في تسجيلات صوتية، كما ورد تحديدها في القانون الوطني للأطراف المتعاقدة، بالحق الاستئثاري في التصريح بتأجير النسخة الأصلية أو غيرها من نسخ مصنفاتهم للجمهور لأغراض تجارية، وأن كانت لا تطبق حالة ما إذا تعلق الموضوع ببرنامج حاسوب ولم يكن البرنامج في حد ذاته هو موضوع التأجير الأساسي ؛ وفي حالة ما إذا تعلق الموضوع بمصنف سينمائي، ما لم يكن ذلك التأجير قد أدى إلى انتشار نَسخ ذلك المصنف بما يلحق ضررا ماديا بالحق الاستئثاري في الاستنساخ. و (حق نقل المصنف إلى الجمهور): حيث يتمتع مؤلفو

(1) تقوم متصفحات الإنترنت مثل اكسبلورور بتحميل بعض الملفات على القرص الصلب Hard disk الخاص بالمستخدم، بمجرد تصفحه لمواقع الإنترنت، بما يسرع من اتصالاته بها في المرات اللاحقة.

المصنفات الأدبية والفنية بالحق الاستئثاري في التصريح بنقل مصنفاتهم إلى الجمهور بأي طريقة سلكية أو لاسلكية، بما في ذلك إتاحة مصنفاتهم للجمهور، بما يمكّن أفراداً من الجمهور من الاطلاع على تلك المصنفات من أي مكان، وفي أي وقت يختارونه.

وأباحت المعاهدة للطرف المتعاقد بأن ينص في تشريعه الوطني على استثناءات للحقوق الممنوحة لمؤلفي المصنفات الأدبية والفنية في بعض الحالات الخاصة التي لا تتعارض والاستغلال العادي للمصنف، والتي لا تسبب ضرراً بغير مبرر للمصالح المشروعة للمؤلف.

أما معاهدة الأداء والتسجيل الصوتي[1]: فقد حددت حقوق فناني الأداء (المعنوية) في: احتفاظ فنان الأداء، فيما يتعلق بأدائه السمعي الحي أو أدائه المثبت في تسجيل صوتي، بالحق في أن يطالب بأن يُنسب أداؤه إليه إلا في الحالات التي يكون فيها الامتناع عن نسب الأداء تمليه طريقة الانتفاع بالأداء، وله أيضاً الحق في الاعتراض على

---

(1) يقصد بعبارة "فناني الأداء" الممثلون والمغنون والموسيقيون والراقصون وغيرهم من الأشخاص الذين يمثلون أو يغنون أو يلقون أو ينشدون أو يؤدون بالتمثيل أو بغيره مصنفات أدبية أو فنية أو أوجهاً من التعبير الفولكلوري.. ويقصد بعبارة "التسجيل الصوتي" تثبيت الأصوات التي يتكون منها الأداء أو غيرها من الأصوات، أو تثبيت تمثيل للأصوات في شكل مخالف تثبيت مدرج في مصنف سينمائي أو مصنف سمعي بصري آخر، ويقصد بكلمة "التثبيت" كل تجسيد للأصوات أو كل تمثيل لها، يمكن من إدراك أو استنساخ أو نقل هذه الأصوات بأداة مناسبة. ويقصد بعبارة "منتج التسجيل الصوتي" الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتم بمبادرة منه وبمسؤوليته تثبيت الأصوات التي يتكون منها الأداء أو غيرها من الأصوات أو تثبيت أي تمثيل للأصوات لأول مرة. ويقصد بكلمة "نشر" أداء مثبت أو تسجيل صوتي عرض نسخ عن الأداء المثبت أو التسجيل الصوتي على الجمهور، بموافقة صاحب الحق وبشرط أن تعرض النسخ على الجمهور بكمية معقولة، ويقصد بكلمة "إذاعة" إرسال الأصوات أو الصور والأصوات أو تمثيل لها بوسائل لاسلكية ليستقبلها الجمهور ؛ ويعتبر كل إرسال من ذلك القبيل يتم عبر الساتل من باب "الإذاعة" أيضاً ؛ ويعتبر إرسال إشارات مجفرة من باب "الإذاعة" في الحالات التي تتيح فيها هيئة الإذاعة للجمهور الوسيلة الكفيلة بفك التجفير أو يتاح فيها ذلك للجمهور بموافقة هيئة الإذاعة، ويقصد بعبارة "النقل إلى الجمهور" إن كان المنقول أداء أو تسجيلا صوتيا أن تنقل إلى الجمهور، بأي وسيلة خلاف الإذاعة، الأصوات التي يتكون منها الأداء أو الأصوات أو أوجه تمثيل الأصوات المثبتة في تسجيل صوتي. وتشمل عبارة "النقل إلى الجمهور" تمكين الجمهور من سماع الأصوات أو أوجه تمثيل الأصوات المثبتة في تسجيل صوتي.

كل تحريف أو تشويه أو أي تعديل آخر لأدائه يكون ضارا بسمعته. وقد أقرت المعاهدة بان تظل هذه الحقوق محفوظة بعد وفاته وإلى حين انقضاء الحقوق المالية على الأقل، ويمارس هذه الحقوق الأشخاص أو الهيئات المصرح لها في تشريع الطرف المتعاقد المطلوب توفير الحماية فيه.

كما حددت حقوق فناني الأداء المالية في تمتع فنانو الأداء بالحق الاستئثاري في التصريح بإذاعة أوجه أدائهم غير المثبتة، ونقلها إلى الجمهور إلا إذا سبق للأداء أن كان أداء مذاعا، وتثبيت أوجه أدائهم غير المثبتة.

كما يتمتع فنانو الأداء بالحق الاستئثاري أو حق الامتياز في التصريح بالاستنساخ المباشر أو غير المباشر لأوجه أدائهم المثبتة في تسجيلات صوتية، بأي طريقة أو بأي شكل كان. وكذلك بالتصريح بإتاحة النسخة الأصلية أو غيرها من النسخ عن أوجه أدائهم المثبتة في تسجيلات صوتية للجمهور ببيعها أو نقل ملكيتها بطريقة أخرى (التوزيع)، وبحق تأجير النسخة الأصلية أو غيرها من النسخ عن أوجه أدائهم المثبتة في تسجيلات صوتية للجمهور لأغراض تجارية، حسب التعريف الوارد في القانون الوطني للطرف المتعاقد، حتى بعد توزيعها بمعرفة فنان الأداء أو بتصريح منه، وحق إتاحة الأداء المثبت في تسجيلات صوتية للجمهور، بوسائل سلكية أو لاسلكية بما يمكّن أفراداً من الجمهور من الاطلاع عليها من أي مكان وفي أي وقت يختارونه.

أما عن حقوق منتجي التسجيلات الصوتية، فحددتها المعاهدة في حق الاستنساخ: أي بالحق الاستئثاري في التصريح بالاستنساخ المباشر أو غير المباشر لتسجيلاتهم الصوتية، بأي طريقة أو بأي شكل كان. و حق التوزيع: بالحق الاستئثاري في التصريح بإتاحة النسخة الأصلية أو غيرها من نسخ تسجيلاتهم الصوتية للجمهور ببيعها أو نقل ملكيتها بطريقة أخرى، وبالحق الاستئثاري في التصريح بتأجير النسخة الأصلية وغيرها من نسخ تسجيلاتهم الصوتية للجمهور لأغراض تجارية، حتى بعد توزيعها بمعرفة المنتج أو بتصريح منه، وبالحق الاستئثاري في التصريح بإتاحة تسجيلاتهم

الصوتية للجمهور، بوسائل سلكية أو لاسلكية، بما يمكّن أفراداً من الجمهور من الاطلاع عليها من مكان وفي وقت يختارهما الواحد منهم بنفسه.

وأجازت المعاهدة للطرف المتعاقد أن ينص في تشريعه الوطني على استثناءات للحماية الممنوحة لفناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية من النوع ذاته الذي ينص عليه في تشريعه الوطني لحماية حق المؤلف في المصنفات الأدبية والفنية، وأن تقصر أي استثناءات للحقوق المنصوص عليها في هذه المعاهدة على بعض الحالات الخاصة التي لا تتعارض والاستغلال العادي للأداء أو التسجيل الصوتي، ولا تسبب ضررا بغير مبرر للمصالح المشروعة لفنان الأداء أو منتج التسجيلات الصوتية.

وأشارت المعاهدة إلى أن مدة الحماية الممنوحة لفناني الأداء تسري حتى نهاية مدة 50 سنة، على الأقل، من نهاية السنة التي تم فيها تثبيت الأداء في تسجيل صوتي. وتسري مدة الحماية الممنوحة لمنتجي التسجيلات الصوتية بناء على هذه المعاهدة حتى نهاية مدة 50 سنة، على الأقل، اعتبارا من نهاية السنة التي تم فيها نشر التسجيل الصوتي، أو اعتبارا من نهاية السنة التي تم فيها التثبيت إذا لم يتم النشر في غضون 50 سنة من تثبيت التسجيل الصوتي.

وطالبت المعاهدتان الأطراف المتعاقدة بالنص في قوانينها على حماية مناسبة وعلى جزاءات فعالة ضد التحايل على التدابير التكنولوجية الفعالة التي يستعملها المؤلفون وفنانو الأداء أو منتجو التسجيلات الصوتية بالارتباط بممارسة حقوقهم بناء على هذه المعاهدة، والتي تمنع من مباشرة أعمال لم يصرح بها أو لم يسمح بها القانون، فيما يتعلق بمصنفاتهم أو بأوجه أدائهم أو تسجيلاتهم الصوتية، وبتوقيع جزاءات مناسبة وفعالة على أي شخص يباشر عن علم وهو يعرف أو لديه أسباب كافية ليعرف، أو مكّن أو سهل أو أخفي أو حذف أو غَير، دون إذن، أي معلومات واردة في شكل إلكتروني تكون ضرورية لإدارة الحقوق؛ وأن يوزع أو يستورد لأغراض التوزيع أو يذيع أو ينقل إلى الجمهور أو يتيح له، دون إذن، أوجه أداء أو نسخاً عن مصنفا أو نسخا عن

مصنفات أو أوجه أداء مثبتة أو تسجيلات صوتية مع علمه بأنه قد حذفت منها أو غيرت فيها، دون إذن، معلومات واردة في شكل إلكتروني تكون ضرورية لإدارة الحقوق.

وعامة تشمل الأهداف المتصلة بحقوق التأليف والنشر ما يلي:

- تشجيع الدول على التنفيذ الفوري الكامل للالتزامات الواردة بالاتفاق الخاص بالجوانب التجارية للملكية الفكرية.
- السعي نحو قيام الدول بالتصديق الفوري، وإيداع وثائق الانضمام إلى المعاهدتين الصادرتين عن منظمة الملكية الفكرية العالمية، وتنفيذ الالتزامات الواردة بهاتين المعاهدتين بأسلوب متوازن وملائم بأسرع ما يمكن.
- تشجيع الدول الأخرى على الانضمام إلى المعاهدتين الجديدتين، والتنفيذ الكامل للالتزامات الواردة بهما.
- التأكيد على أن يضع الشركاء التجاريون القوانين واللوائح التي توفر حماية كافية وفعالة للأعمال المشمولة بحقوق النشر والتأليف، ويشمل ذلك الأفلام السينمائية، وبرامج الكمبيوتر، والتسجيلات الصوتية التي يتم نشرها عبر البنية الأساسية العالمية للمعلومات، وأن يتم وضعها بالكامل موضع التنفيذ، وأن يجري تنفيذها بشكل فعال.

سمات حقوق المؤلف والأداء على الإنترنت:

نطاق حماية حقوق المؤلف وحقوق الأداء: تنطبق حماية الملكية الفكرية على كل أشكال التعبير الإليكتروني، سواء أكان نصوصًا أو أصوات أو صور أو رسوم متحركة أو جرافيكس أو التسجيلات الصوتية وغيرها، حيث تتمتع هذه المصنفات بالحماية القانونية، طالما يتوافر فيها عنصر الابتكار أو الأصالة، باعتبار أن كل أشكال التعبير الأصلية تتمتع بالحماية كحق تأليف وأداء بمجرد إنتاجها وتثبيتها في وسيلة ملموسة

(وهي هنا الإنترنت)، وبمجرد وضع العمل بصيغة ما على الشاشة(نص، صورة، صوت.. الخ) أو تحويله للطبع، حيث يعتبر مثبتا كوسيلة ملموسة، ومن ثم فلا أحد يستطيع نسخ، توزيع، عرض، تعديل هذه المصنفات وحقوق الأداء بدون موافقة المالك، وقد تكون هذه الموافقة مجانا أو بمقابل أو بشروط.

وتتضمن حماية الملكية الفكرية على الإنترنت، كل المواد التي تتواجد على صفحاتها؛ سواء أكانت برامج أو جرافيكس أو رسوم أو صور أو مصنفات مكتوبة أو مطبوعة أو تسجيلات صوتية.. الخ حيث تتمتع بذات حقوق التأليف وحقوق الأداء التي تتمتع بها في الواقع غير الافتراضي.

وتتضمن حقوق المؤلف على الإنترنت:

- حق المؤلف في نشر وبث وعرض مادته على الإنترنت، وتحديد ما ينشر ويبث ويعرض منها، وما لا ينشر أو يبث أو يعرض، ووقت النشر أو البث أو العرض
- حق المؤلف في نسبة إنتاجه إليه، وحقه في إلزام مستخدم إنتاجه في الإشارة إليه، وحقه في دفع الاعتداء عن عمله وعن اسمه ضد محاولات السرقة والتزوير والتحريف، والتشويه والانتحال.
- حق المؤلف في تعديل إنتاجه وطريقة بثه على الموقع، أو أزالته من الموقع أو تعديله في أي وقت يرى فيه ذلك ضروريًا، أو تجديد مادته. وبينما توجد بعض الصعوبات في إجراء هذه التعديلات في الأعمال الفكرية التقليدية، فإنها أكثر يسرًا في الأعمال الفكرية الإليكترونية، كما أن من بين سمات الإنترنت الأساسية، إمكانية التحديث والتجديد المستمر لمواقعها، مما يشجع أصحاب هذه المواقع على تجديدها وتحديثها من جهة، كما تتزايد توقعات المستخدمين بأن يتم هذا التجديد والتحديث من أن لآخر.

يتضمن الحق المالي لأصحاب الأعمال الفكرية على الإنترنت، حقهم في استغلال

إنتاجهم الفكري بما يعود عليهم بالمنافع أو الربح المالي، خلال فترة تواجد عملهم الفكري على مواقع الإنترنت، وحقهم في الحصول على نفع مادي مباشر، في حالة امتلاكهم للمصنفات الفكرية المتوافرة على الإنترنت، وحقهم في الحصول على نسبة معينة من قيمة إيرادات عملهم في حالة قيام الغير باستغلال مصنفهم ماليًا، أو ترجمة مصنفاتهم إلى لغات أخرى، أو الحصول على نسبة من ثمن بيع النسخة الأصلية من مصنفاتهم، مع تغير مالك المصنف.

ومن الحقوق الأخرى للمؤلف على الإنترنت، حقه في منع المواقع الأخرى من إعادة إنتاج عمله بدون ترخيص منه، وحقه في منع الآخرين من نسخ عمله ونسبتها إلى أنفسهم، وحقه في منع الآخرين من عرض محتويات عمله أمام متصفحي الإنترنت بدون أذنه، وحقه في توصيل عمله وموقعه لمتصفحي الإنترنت بدون عوائق أو قيود، وحقه في منع أو التصريح باستنساخ عمله، بمختلف الأشكال سواء على الإنترنت أو غيرها من الوسائط، وحقه في الانتفاع بمحتويات موقعه، فضلا عن حقوقه الأدبية والمالية أو حقه في التصريح للآخرين بالانتفاع به.

وبينما يمنح مالك المصنف الفكري في الأعمال التقليدية حق تفتيش الأماكن بحثا عن أدلة تثبت، للتأكد من إنتاج سلع متصلة بعمله أو حيازتها بطريقة غير قانونية، أي ارتكاب "القرصنة" في حقه، فإن الأمر أكثر يسرًا على الإنترنت، إذ بمقدور صاحب العمل البحث عنها بنفسه باستخدام محركات التفتيش أو البحث على الإنترنت وغيرها، واكتشاف أعمال القرصنة الإليكترونية على إنتاجه، وإبلاغ السلطات المعنية عن هذه القرصنة، فقد أصبح من مقتضيات عمل أصحاب المصنفات الفكرية في الفضاء الإليكتروني، متابعة إنتاجهم في هذا الفضاء الإليكتروني، بالرغم من صعوبات إتمام ذلك. ومثلما يجوز لمالك حق الأعمال الفكرية التقليدية أن يحصل من المحكمة على أوامر بوقف أعمال الاعتداء على إنتاجه، فإنه يمكنه اللجوء إلى المحكمة التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية(لجنة الوساطة والتحكيم) لمقاضاة المعتدين عن

بعض الحالات، مثل استخدام نفس اسم النطاق Domain Name الخاص به، والمطالبة بالاعتراف بأحقيته في الاسم، أو اللجوء إلى القوانين الوطنية التي تنظم وتشرع لحقوق الملكية الفكرية. والأمر المثير في حالات تقصي أعمال التعدي على الإنترنت، أنها لا تتطلب إجراءات استثنائية أو شن حملات فجائية، فالإنترنت ساحة مفتوحة دائما، وللجميع، وفي أي وقت، وأن كانت إجراءات الضبط القضائي، تتطلب في بعض الحالات الإطلاع على سجلات وأنظمة مزودي خدمة الإنترنت.

ومن الحقوق التي يمنحها صاحب المصنفات الفكرية الإليكترونية، إن يمنع أو يصرح باستنساخ عمله بمختلف أشكاله وبثه بوسائط مختلفة، وإجراء تسجيلات له أو ترجمته إلى لغات أخري أو تحويره من شكل فني إليكتروني إلى آخر. وتستدعي بعض الأعمال الفكرية والفنية على الإنترنت التوزيع بالجملة، وقد يشارك منتجي هذه الأعمال في تسويق مصنفاتهم مقابل مبلغ مالي. ومن بين طرق حماية حق المؤلف ما اقترحه الاتحاد القومي للكتاب الأمريكيين من وضع نظام ترخيص جماعي لتعويض المؤلفين، عندما يتم إعادة استخدام مادتهم بدون ترخيص أو أذن في شكل إليكتروني، فالكُتاب الذين يبيعون مقالاتهم لمجلة ما، غالبا ما يجدون أن هذه المجلة قامت بإعادة بيع مقالاتهم لطرف ثالث لاستخدامه على الويب أو على قرص مدمج أو تستخدم هذه المجلة، جزءا أساسيا من هذه المقالات على موقعها أو قاعدة بياناتها. ووفقا للنظام الجديد فإن تقديم المؤلفين لأعمالهم لدار نشر معينة، يتضمن أيضاً احتفاظهم بحق الملكية الفكرية الإليكترونية، وحينما تعرض دار النشر المادة للبيع لطرف ثالث مثل إنتاجها في صورة قواعد البيانات الإليكترونية، فإن الناشر الإليكتروني يلزم بدفع مصروفات حق الطبع لدار النشر عن كل عمل تستخدمه، ثم توزع الجعاله (الإتاوة) لكل مؤلف بمفرده كل ثلاثة شهور، وأن تحفظ عدد كبير من ناشري المواد المطبوعة والإليكترونية على هذا المشروع.

ومن ناحية أخري، تتزايد المنظمات والجماعات التطوعية التي تدعو للالتزام

بحقوق المؤلف والملكية الفكرية على الإنترنت، منها جمعية المؤلفين الأمريكيين ASCAP ومؤسستي BMI, SESAC والتي تعمل كدار نشر بشكل مقارب نظام الترخيص الجماعي (السالف) لجمع مدفوعات الإتاوة لاستخدام الموسيقي في محطات الراديو ومنتجي الأفلام وبرامج التليفزيون، كما أعلنت كل من BMI, SESAC عن برنامج ترخيص تجريبي لجمع الجعالات (الأتاوات) للأعمال للموسيقية المستخدمة على الخدمات الإليكترونية، والنشرات الإليكترونية، ومواقع الإنترنت والأقراص المدمجة، والخدمات المشابهة (لكن الموسيقي هي فقط جزء من منتجات الوسائط المتعددة فمن سيجمع الجعالات للمصورين وأصحاب الأعمال المرئية والجرافيكس والرسوم المتحركة) وتشير قرارات المحاكم ان القضاة نجحوا حتى الآن في تطبيق العلاجات التقليدية لحق المؤلف على حالات انتهاك حق المؤلف على الفضاء الإليكتروني فمثلا استخدمت كنيسة Scientology قوانين حق المؤلف لحماية مصالحها في وثائق معينة تم انتهاكها. كما استخدمت مجلة بلاي بوي القانون في حماية استخدام المجلات الأخرى لصورها وكسب ناشرها مليون دولار ضد مؤسسة نشر ستار واير التي وزعت على قرص مدمج صور مملوكة للمجلة.

كيف يتم تنظيم حق المؤلف على الإنترنت؟

ليست كل الأعمال الفكرية الإليكترونية وحقوق المؤلف تقتضي إتباع إجراءات رسمية معينة لبثها على الإنترنت، حيث تعتبر هذه الأعمال محمية فور إتاحتها (بثها، نشرها، عرضها) الفعلي على الشبكة، وإن كانت بعض الأشكال مثل أسماء النطاقات ينبغي تسجيلها مسبقا، وكذا العلامات التجارية. ويوجد في دول كثيرة مكاتب لتسجيل أسماء النطاقات لأغراض تحديدها والتمييز بينها، بل ولا يتم تخصيصها إلا بعد التأكد من عدم استغلال أحد من قبل لذات الاسم، وإن كان العديد من أصحاب المصنفات الإبداعية الإليكترونية لا يملكون الوسائل اللازمة لإنفاذ حقهم على المستوى القانوني والإداري، بسبب الانتفاع العالمي المتزايد لأعمالهم على الإنترنت، وصعوبة التطبيق.

وسائل حماية حق المؤلف على الإنترنت:

1- الإجراءات الوقائية، ومنها:

- حجب الوصول إلى الأعمال الفكرية من خلال تقنيات معينة، تساعد في تحديد هوية مستخدميها، أو إتاحتها فقط للمشتركين، وأصحاب الحق في الانتفاع في الخدمة.
- حق أصحاب الأعمال الفكرية في استخدام تكنولوجيا التشفير لمنع استنساخ الأعمال محفوظة الحقوق، ولمنع نقل تسجيلات الصوت والصورة من الإنترنت بصورة غير قانونية، وهو اقتراح صادق عليه البرلمان الأوربي مؤخرًا في مارس 2001.
- حفظ وضمان حق أصحاب أسماء النطاقات في أحقيتهم بالتمتع بهذه الأسماء من خلال الإجراءات التي تتبعها الجهات المسئولة عن تسجيل وتخصيص أسماء النطاقات.
- ضمان حق مزودي خدمات الإنترنت في عناوينهم الإليكترونية على الإنترنت، وأرقام بروتوكولاتهم على الإنترنت، بما لا يتداخل مع الآخرين.
- مراقبة مزودي الخدمة للمواقع التي تستضيفها، للتأكد من عدم تعديها على الحقوق الفكرية للآخرين.
- حظر نشر المادة المقلدة، وتعديل المصنف أو أوجه الأداء، لإزالة الأجزاء المقلدة منه أو حذف أجزاء منه.

2- الإيداع القانوني للمصنفات:

بينما يتم إلزام الناشر في الأعمال الفكرية التقليدية بإيداع عدد من نسخ المصنف في المكان الذي يحدده القانون ضمن مدة معينة من تاريخ النشر، فإن الأمر يختلف على الإنترنت، فلا توجد جهة معينة لإيداع الأعمال الفكرية الإليكترونية لديها، كما أن المصنف الموجود في البيئة الإليكترونية يصدر في طبعات متجددة، مما يصعب من عملية إيداعه. وقد يعد توافر هذه الأعمال على الإنترنت، إيداعًا في حد ذاته لهذه المادة. وأن وجدت بعض أنواع من الأعمال الفكرية التي يتم تسجيلها لضمان نسبتها إلى أصحابها

مثل أسماء النطاقات التي يفترض أن تسجل لدي المؤسسات المكلفة بالقيام بهذا العمل، ومن ثم تنطبق عليه شروط الحماية.

وبينما يتم إيداع بعض نسخ من المطبوعات والكتب التقليدية في جهة ما مسئولة عن الحفظ والإيداع (كدار الكتب)، فإن مسألة الإيداع هذه قد لا تتفق مع طبيعة العمل الإليكتروني على الإنترنت، حيث لا تصدر مواقع الإنترنت بعدد معين من النسخ مثل الكتب مثلا، وإنما هي نسخة واحدة، يقرأها الملايين، ويتحدد عدد نسخها، بعدد متصفحيها. وبينما يتم إيداع عدد من النسخ من الصحف والمجلات التي تصدر بصفة دورية لدي الجهات المسئولة عن الإيداع، فإنه يصعب إيداع عدد من الطبعات الإليكترونية التي تصدرها هذه الصحف والمجلات على الإنترنت، إذ لا يعرف حتى الآن وجود جهة ما مسئولة عن تخزين هذه الطبعات الإليكترونية، وتقوم المؤسسات الصحفية والإعلامية بشكل تطوعي بحفظ مادتها الإليكترونية.

وفي ذات الوقت، فإن نظام الترخيص الذي تحصل عليه الصحف والمجلات والمؤسسات الإذاعية والتليفزيونية، يشبه نظام الترخيص الذي يحصل عليه مزودي خدمة الإنترنت، بالحصول على تصريح بالعمل أو تخصيص أسماء نطاقات لأصحاب المواقع على الإنترنت، إذ يتم الحصول عليه مرة واحدة، قد تستمر أو يتم تجديده بمقابل من وقت لآخر، ويعد هذا الترخيص أو الأذن بالعمل أو التخصيص بمثابة حماية وقائية لأصحاب الحقوق الفكرية على الإنترنت، بيد أن الفارق أيضاً أن وسائل الإعلام التقليدية هي ناشر للأعمال الفكرية، بينما مزودي الخدمة هم مجرد ناقلين للمعلومات أو حاملين لها (كمؤسسات الاتصالات السلكية واللاسلكية).

3- الجزاء المدني:

مثلما هو الحال في الواقع غير الافتراضي، إذا وقع بالمؤلف ضرر غير مادي يمس شخصيته ويؤثر على مركزه في المجتمع، كأن يقوم الغير بنسخ عمله ونشره بصورة مشوهة، مشوبة بزيادات تسئ إلى سمعته أو إذا وقع ضرر مادي كتعمد المعتدي استغلال أعماله، يجوز له المطالبة بالحق المدني والتعويض الأدبي والمادي.

حقوق النشر الإليكتروني و (الاستخدام المشروع):

يأخذ الاستثناء القانوني لحقوق النشر والخاص بالاستخدام المشروع سمات متميزة على الإنترنت قياسًا للاستخدام المشروع للأعمال الفكرية التقليدية، حيث تتميز الإنترنت بسمات أكثر يسرًا فيما يتعلق بالنسخ والتعديل والتخزين والاسترجاع.. الخ. ويعد هذا الاستثناء من المنافذ القانونية الهامة، فهو يتيح لأي شخص اقتباس مقتطفات صغيرة من أعمال أي مؤلف، وإدراجها ضمن عمله (أي في عمل يعده الشخص المقتبس) فعلي سبيل المثال، يستطيع أي متصفح اقتباس بعض العبارات أو الفقرات الواردة في أي كتاب أو موقع متوافر على الإنترنت، للاستعانة به في بحث أو محاضرة أو مقال يقوم بإعداده، وأن اختلف معيار وشروط هذا الاستخدام من حالة إلى أخري، ولكن لا بد من توافر خمسة معايير أساسية حتى يكون هذا الاقتباس متفقا مع قواعد وقوانين حقوق النشر الإليكتروني.

وتنحصر هذه المعايير فيما يلي:

- حق تصفح مواقع الإنترنت، والاستعانة بأجزاء صغيرة من هذه المواقع.
- أن تمثل الأجزاء المقتبسة من هذه المواقع جزءا صغيرا للغاية.
- ألا يؤثر الاقتباس في مكانة وسمعة وتسويق وبيع الموقع الأصلي المقتبس منه، ومحتوياته.
- ألا يعتمد بيع وتسويق العمل الذي لجأ صاحبه إلى الاقتباس على المواد المقتبسة.
- أن يكون الهدف من استخدام المواد المنسوخة أو المقتبسة هدف عام، كأن يكون هدفًا تعليميًا أو اجتماعيًا.
- الاستعانة بالمواد المتوافرة في مواقع الإنترنت، شريطة نسبتها إلى أصحابها وذكر مصدرها.

وبالرغم من هذا الاستثناءات، فإن الموضوعية والإنصاف والعدالة تقتضي نسبة الأعمال لأصحابها.

طبيعة القانون المختص بقضايا الملكية الفكرية على الإنترنت:

من بين الأسئلة المطروحة في مجال طبيعة القانون المختص بالملكية الفكرية على الإنترنت ما يتعلق بقيام شخص ما بوضع مصنف تغطية الحماية القانونية للملكية الأدبية والفنية على الإنترنت بدون الحصول على ترخيص من صاحبه يسمح للمستخدمين في دولة أخري بالاستفادة من هذا المصنف بتسجيلها على حواسبهم الشخصية وطباعتها عليها أو عمل نسخ منها، فما هو القانون الذي يسمح لصاحب المصنف أو خلفه أن يطلب بمقتضاه بحماية مصنفه، ويحصل على التعويض عن الاعتداء على حقوقه المالية والأدبية؟ هل ويتم ذلك وفقا لقانون الدولة التي تم إدخال المصنف فيها على الشبكة وتحميله عليها، أي الدولة التي ارتكب فيها العمل الضار؟ أم وفقا لقانون الدولة التي بث إليها، واستدعي وطلب فيها المصنف دون ترخيص، أي الدولة التي ترتب فيها الضرر؟ أم وفقا لقانون أية دولة أخري؟

ويرى د. عبد الكريم سلامه أن هناك قانونين يمكن تطبيقهما:

أولاً: قانون مكان تحميل المادة المعتدي عليها على الإنترنت، باعتبار ان في هذا المكان توجد نقطة الانطلاق، والتي يمكن التعرف عليها بسهولة قبل توزيع المادة إلى كل الدول، ويضمن هذا الحل وحدة القانون واجب التطبيق إذا كان العمل قد استقبل أو بث إلى أكثر من دولة، وهو الحال دائما على الإنترنت. كما أن بلد التحميل توجد بها أدوات الاعتداء وهي الآلات والتجهيزات الإليكترونية، والعنصر الحاسم هو المركز الفعلي للمشروع الذي يستخدم هذه التجهيزات، وحيث فيه يتخذ القرار بتحميل المادة بالمخالفة للقانون، كما أن مقدم الخدمة لديه بعض الاستقرار، والملاءة الاقتصادية التي تساعد على فعالية الحكم الصادر وإمكانية تنفيذه. كما تعتبر بلد التحميل Uploading بلد النشر الأول، حيث يتركز بها مقدم المادة التي يتم تحميلها أو مكان مقدم الخدمة الذي يستطيع اختيار بث الرسائل الآتية من دولة يتمتع فيها المؤلفون بحماية ضعيفة أو منعدمة، وحيث يستطيع هو نفسه أن يغير تمركزه أثناء التحميل. وأن كان يجب استبعاد

قانون دولة التحميل، وتطبيق قانون دولة الاستقبال، إذا كان يوفر حماية أكبر لصاحب المصنف.

ثانيا: قانون مكان استدعاء أو تفريغ المادة المعتدي عليها من شبكة الإنترنت، ويميل أصحاب هذا الرأي إلى تطبيق قانون الدولة التي تم فيها استدعاء أو تفريغ المصنف على شاشة الحاسب الآلي في بلد المستفيد أو مستخدم شبكة الإنترنت، باعتبار أن دولة الاستقبال هي الدولة التي تم فيها الاستفادة من المصنف المحمي، أي هي مكان الاستغلال الحقيقي غير المشروع، أي المكان الذي يشعر فيه صاحب الحق بالخسارة المالية، فكأن هذا المكان هو الذي تحقق فيه الضرر، كما أن مكان الاستقبال يتمثل فيه الدور الإيجابي لمن اعتدي على الملكية الفكرية للمتضرر، فهو الذي قام باستدعاء البيانات عبر الحاسب الآلي من الموقع المخزنة فيه، وهو الذي يتحكم في كيفية الحصول على البيانات أو المادة العلمية للمصنف. وكذلك إذا كان تحميل المادة المحمية على شبكة الإنترنت، يغني عن وجود نسخ مادية منها، إلا أن استقبال وتفريغ تلك المادة من الشبكة يعد نوعا من أعمال النسخ والتوزيع غير المشروع، إن كان قد تم دون موافقة صاحب الحق عليها، وهو ما يستدعي تطبيق قانون مكان الاستقبال.

بيد إنه يوجد عدة عيوب في تطبيق هذا القانون منها استحالة مراعاة العدد الكبير من الدول المتصلة بالإنترنت، والتي بمقدورها الحصول على المادة وتفريغها، وهو ما يمثل إجحافا بمركز مرتكب فعل الاعتداء أو من قام بتحميل المادة.. وكذلك يتعذر في حالات كثيرة تحديد مكان استقبال العمل المعتدي عليه، فضلا عن أن تطبيق قانون دولة الاستقبال، لن يؤدي غالبا إلا إلى الحكم بتعويض جزئي عن الأضرار، يتناول الجزء من الأضرار التي تحققت في إقليم دولة المحكم أو القاضي...

ويميل البعض إلى ترجيح تطبيق قانون الدولة التي تطلب فيها الحماية على المسئولية المدنية الناشئة عن الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والحقوق المجاورة التي يتم عبر شبكة الإنترنت، ويدعم هذا القانون إنه يجب تحسس التركيز الفعلي للضرر، وأن

المتضرر يرفع دعواه في دولة معينة، لأنه يقدر أن ذلك التركيز يتوفر على الأقل بالنسبة للجزء الأكبر والرئيسي من الأضرار، وبالتالي يكون قانونها واجب التطبيق، كما أن قانون الدولة التي يطلب منها بل كذلك قانون موطن أو محل الإقامة العادية للمتضرر المدعي.

ويتفق هذا القانون والفكر الذي ينادي بإعطاء المتضرر الحق في اختيار القانون واجب التطبيق على دعوى المسئولية بحسبانه الطرف الأولى بالرعاية، وأيضا فإنه ليس في تطبيق ذلك القانون ما يخل بتوقعات المدعي عليه الفاعل، ذلك إنه بمبادرته واستدعائه العمل الفكري وتفريغه والتلاعب فيه يكون قد أقام الصلة الضرورية مع قانون الدولة التي رفعت فيها الدعوى، كما أن اتفاقية برن 1886 تنص على أن مدى الحماية ووسائل الطعن المقررة للمؤلف لحماية حقوقه يحكمها تشريع الدولة المطلوب منها الحماية دون غيره، وذلك بصرف النظر عن أحكام هذه الاتفاقية، وهو ما أقرته اتفاقية حق المؤلف 1952 والتي تم تعديلها 1971 كما يمكن تفسير القانون المصري والإماراتي لسنة 1992 في هذا الاتجاه.

ثانياً: العلامات التجارية والإنترنت

أولا: العلامات التجارية في الواقع (غير الافتراضي)

العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها شخص أو مشروع محدد أو يوفرها، أو هي الاسم أو الرمز أو الشارة التي تتيح للصانع أو التاجر أو من يقوم بأداء خدمة من الخدمات أن يميز منتجاته أو خدماته عن منتجات أو بضاعة أو خدمات منافسة. وتتخذ شكلا مميزا سواء في الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصوير والنقوش البارزة أو أية علامة أخري أو على مجموع منها.

ويرجع أصل العلامة التجارية إلى زمن بعيد عندما كان أصحاب الحرف يوقعون

على منتجاتهم الفنية أو المنفعية أو يضعون "علامات" عليها. وعلى مرّ السنين، تطورت تلك العلامات إلى نظام لتسجيل العلامات التجارية وحمايتها كما نعرفه اليوم. ويساعد هذا النظام المستهلكين على تحديد المنتجات أو الخدمات وشرائها، لأن الطبيعة والنوعية اللتين تدل عليهما العلامة التجارية الفريدة تلبيان احتياجاتهم. فالعلامات التجارية مثل CNN, Sony, Toyota, Cola, MacDonalds, DHL أصبحت علامات معروفة في جميع أنحاء العالم، وأصبح لها قيمة تجارية ومادية كبيرة. كما أصبحت تشكل عاملاً أساسيًا في العلاقات التجارية بين الدول، كما هو حاصل بين الولايات المتحدة والصين.

وفي هذا العالم الصغير لم يعد منتجو السلع والخدمات التي تحمل العلامات التجارية يهتمون بالأسواق المحلية فقط بل تعدو ذلك إلى الأسواق العالمية، ووجدوا أنفسهم يقدمون سلعا وخدمات في أسواق أكبر نتجت عن حرية التجارة، وإنشاء سوق واحدة في العالم. وقد أصبح حماية العلامات التجارية المشهورة من السرقة أمرًا مهمًا، كما أصبح من الشائع أن يتقدم ما يسمي بلصوص العلامات التجارية بطلبات محلية لتسجيل علامات ذات شهرة عالمية بدلا من أصحابها.

أما عن وظيفة العلامة التجارية فهي توفر الحماية لمالكها بضمان الحق الاستئثاري في الانتفاع بها لتحديد السلع أو الخدمات أو التصريح لطرف آخر بالانتفاع بها مقابل مكافأة، وأن كانت مدة الحماية تختلف، فإن تسجيل العلامة التجارية يمكن تجديده بعد انقضاء مهلته مرات غير محددة، بتسديد رسوم إضافية. وتتولى المحاكم إنفاذ حماية العلامات التجارية، ولها صلاحية منع التعدي على العلامات التجارية في معظم الأنظمة.

ويرجع التفكير في حماية العلامات التجارية إلى عهود مضت ، على أن حماية العلامات التجارية اقتصرت على النطاق الإقليمي، فلا تتعدى حدودها إلا في حالات استثنائية، إلا أن طبيعة الحياة التجارية تتطلب انتقال السلع من بلد الإنتاج إلى بلد الاستهلاك، وذلك من أجل تبادل بني البشر للسلع والمنتجات التي تفيض عن حاجة فئة أو فئات أخري، مما أوجد حاجة ملحة لحماية العلامات التجارية للسلع والمنتجات في داخل

إقليم مصدرها، كما في خارجه. وقد عبر عن هذه الحاجة الملحة مؤتمر باريس الدولي الذي انعقد عام 1878 بمناسبة إقامة معرض دولي فيها، حيث برزت فكرة وضع اتفاقية دولية لحماية الملكية الصناعية بشكل عام بما فيها العلامات التجارية، وبعد مناقشات استمرت عدة سنوات عقد مؤتمر دولي في باريس، وافق على تبني اتفاقية دولية لحماية الملكية الصناعية في مارس 1883 على أن تنفذ في 7 يوليو 1883، وعرفت هذه الاتفاقية باسم اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، وهي تشكل العمود الفقري في حماية الملكية الصناعية، ومن بينها العلامات التجارية على المستوي الدولي.

وقد تم تعديلها مرات عديدة كان آخرها عام 1967، وقد صدقت عليها حتى عام 1980 حوالي 80 دولية. وقد اتفقت الدول الأوربية على التنسيق فيما بينها، فأبرمت الدول المتعاقدة في 20 مارس 1883 اتفاقية باريس لحماية العلامات التجارية، كما أن اتفاقية تريبس نصت أيضاً على حماية العلامات المشهورة والمعروفة، بالإضافة إلى وجود قوانين محلية في العديد من الدول لحماية العلامات التجارية.

أما شروط استخدام العلامة: فهي لتمييز منتجات عمل صناعي أو غيره أو للدلالة على مصدر المنتجات وأنواعها أو ضمانها، أي يجيز القانون استخدام العلامة قبل طلب تسجيلها بل دون تسجيل، وأن كان يتعين على صاحبها استخدامها بصفة جدية مستمرة، وإلا جاز شطب التسجيل عنه. ولا يسجل كعلامات تجارية العلامات الخالية من أية صفة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات، وكذلك الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبسا، أيا كان فيما يتعلق بمصدر المنتجات أو أصلها، وكذلك صورة الغير أو شعاراته، ما لم يوافق مقدما على استعمالها.. وإذا طلب شخصان أو أكثر في وقت واحد تسجيل نفس العلامة أو عن فئة واحدة من المنتجات يرفض طلبي التسجيل إلى أن يقدم أحدهما تنازلا.

أنواع العلامات التجارية:

1- علامة تجارية (كلمة أو اسم أو سمة أو شكل، يستعمل لتحديد أو تمييز المنتجات مثل بيبسي أو كوكاكولا.

2- علامة خدمة إما أن تكون كلمة أو رسم، وتستعمل في أغراض البيع أو الترويج بغية تمييزها عن غيرها من الخدمات مثل ماكدونالدز.

3- علامة الجودة التي تستعمل من أجل بيان مدى مطابقة الخدمة لمعايير جودة محددة كالعلامة UL التي تشير إلى مدى مطابقة الخدمات المنزلية أو الأدوات المنزلية لمعايير السلامة المطبقة.

4- العلامة الجماعية أو علامة العضوية الجماعية للاتحادات المحلية أو منتجي صناعة معينة، ويستعملها أعضاؤها للتعريف بأنفسهم بالاقتران بمستوى معين من الجودة ومتطلبات أخرى تضعها الجمعية، ومثال ذلك جمعيات المحاسبين أو المهندسين أو المهندسين المعماريين.

5- علامات الرقابة (التصديق) مقابل الامتثال لقواعد ومعايير محددة، ويجوز منحها لأي أحد قادر على إثبات أن المنتجات المعنية تفي بقواعد ومعايير معينة راسخة. ومن الأمثلة على تلك الشهادات المعترف بها على نطاق واسع معايير الجودة "ISO 9000".

كيفية تسجيل العلامة التجارية:

أولا، يجب إيداع طلب لتسجيل العلامة التجارية لدى المكتب الوطني أو الإقليمي المناسب للعلامات التجارية، ويجب أن يحتوي الطلب على صورة واضحة عن الإشارة المودعة للتسجيل، بما في ذلك أية ألوان أو أشكال أو عناصر مجسمة، ويجب أن يحتوي أيضاً على قائمة بالسلع أو الخدمات التي قد تنطبق عليها الإشارة. ومن الضروري أن تفي الإشارة بشروط معينة حتى تحظى بالحماية كعلامة تجارية أو

نوع آخر من العلامات. ولا بد أن تكون مميزة حتى يتسنى للمستهلكين التعرف عليها كأداة تحدد منتجا خاصا، وتمييزها عن سائر العلامات التجارية التي تحدد منتجات أخرى. ويتعين ألا تؤدي العلامة إلى تضليل الزبائن وخديعتهم أو إلى خرق النظام العام أو الآداب العامة، وأخيرا، لا يمكن أن تكون الحقوق المطلوبة هي نفسها الحقوق الممنوحة لمالك علامة تجارية أخرى أو مشابهة لها. ويمكن البت في ذلك من خلال أعمال البحث والفحص التي يجريها المكتب الوطني أو باعتراض أطراف أخرى تطالب بحقوق مشابهة أو مطابقة.

العلامة المشهورة:

من بين أسس تقرير كون علامة معينة مشهورة من عدمه، هي التعرف على درجة شهرة العلامة التجارية، ومدي ومدة استعمال العلامة التجارية، ومدي ومدة الدعاية والإعلان عن العلامة التجارية، ومدي تميز العلامة واستعمالها والدعاية لها وتسجيلها أو أي عوامل أخرى مختلفة تحدد الجغرافيا المحلية والإقليمية والعالمية للعلامة، ودرجة التميز الموروث أو المكتسب للعلامة، ودرجة حصرية العلامة، وطبيعة ومدي استعمالها أو استعمال علامة مشابهة من قبل الغير، وطبيعة السلع أو الخدمات التي تحمل العلامة وطرق المتاجرة بها، والدرجة التي تعبر بها سمعة العلامة عن جودة السلع، ومدي القيمة التجارية المنسوبة للعلامة.

نطاق حماية العلامة التجارية:

تسجل العلامات التجارية أو تحظى بالحماية في كل بلدان العالم تقريبا، ويحتفظ كل مكتب وطني أو إقليمي بسجل العلامات التجارية يشمل معلومات وافية عن طلبات التسجيلات والتجديدات. وتقتصر آثار ذلك التسجيل على البلد المعني (أو البلدان المعنية في حالة التسجيل على المستوى الإقليمي). وسعيا لتفادي الحاجة إلى التسجيل لدى كل مكتب وطني أو إقليمي، تدير الويبو نظاما للتسجيل الدولي للعلامات، وفقاً لاتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات وبروتوكول مدريد. ويجوز للشخص

الذي تربطه صلة بأي بلد طرف في إحدى المعاهدتين أو كليهما (من خلال الجنسية أو المنشأة أو الإقامة) أن يحصل على تسجيل دولي تسري آثاره في بعض البلدان الأخرى الأعضاء في اتحاد مدريد أو جميعها، عقب تسجيل العلامة لدى مكتب العلامات التجارية في ذلك البلد أو إيداع طلب تسجيل لديه. وفي الوقت الراهن، هناك ما يزيد على 60 بلدا طرفا في أحد الاتفاقيتين أو كليهما.

ثانيا: العلامات التجارية في الواقع الافتراضي (الإنترنت)

العلامات التجارية على الإنترنت، قد تكون اسم حقل (مجال أو نطاق) وقد تكون إشارة مميزة لموقع معين أو رمز أو شارة تتيح لصاحب الموقع أن يميز موقعه أو منتجاته أو خدماته عن مواقع أخري منافسة.. وتتخذ شكلا مميزا سواء في الكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز أو الجرافيكس وعناوين المواقع أو التصوير أو النقوش البارزة أو أية علامة أخري أو على مجموع منها.

وتساعد العلامات التجارية على الإنترنت، المستخدمين في تحديد المواقع والمحتويات التي يسعون لها أو المنتجات والخدمات التي ينوون شرائها، نظرًا للطبيعة والنوعية الفريدة اللتين تدل عليهما العلامة التجارية. فالعلامات التجارية مثل: أسماء المواقع: مثل www.cnn.com و www.msn.com و www.yahoo.com أصبحت علامات معروفة في جميع أنحاء العالم لدي مستخدمي الإنترنت، وأصبح لها قيمة تجارية ومادية كبيرة. بل ولا تقدر قيمة بعض أسماء الحقول هذه المواقع بثمن. وتعرف العلامات التجارية على الإنترنت بسمعتها وشهرتها بين المستخدمين، وبكثرة زوارها، والمترددين عليها.

وقد تستمد العلامات التجارية شهرتها، من تواجدها الفعلي على الإنترنت، أو من انتسابها لجهة معروفة، حتى قبل أن تدشن هذه الجهة لنفسها موقعًا على الإنترنت، فمثلاً نجح "ماكدونالدز" في اكتساب اسم الحقل الخاص به، حتى قبل أن يدشن له موقعًا على الإنترنت، وكذلك فعلت MTV، فالعلامات التجارية، ومنها أسماء الحقول على الإنترنت، يتم الترويج لها، حتى قبل تواجدها الفعلي على الإنترنت.

ومما يميز العلامات التجارية على الإنترنت، شهرتها وذيوعها وانتشارها في كل مكان بغض النظر عن الموقع الجغرافي، فضلاً عن إمكانية تحديدها بيسر، وتمييزها عن غيرها من العلامات. كما تتميز بإمكانية وصول ملايين المستخدمين إليها في ذات الوقت، كما يسهل افتضاح أمر المنتهكين للعلامات التجارية على الإنترنت، فهم لا يمارسون أعمالهم بشكل سري، بل على الملأ.

وفي ظل الإنترنت لم يعد هَم واهتمام أصحاب العلامات التجارية، قاصرًا على حمايتها من الانتهاكات المحلية، بل أصبح يتعدى ذلك خارج حدود تواجدهم، وأصبح الخلاف ليس فقط، على تسجيل العلامة في دولة ما، بل أصبح الخلاف حول أحقية جهة ما بالعلامة التجارية في دول أخري، بالرغم من عدم قيامها بتسجيل العلامة في هذه الدول، كما أصبح اهتمامهم موجهًا نحو الأسواق العالمية أكثر منه نحو الأسواق المحلية، بحكم طبيعة الوسيلة ذاتها، حيث أصبح أصحاب المواقع ذات العلامات التجارية المشهورة يقدمون أنفسهم لأسواق كبيرة، مما يتطلب جهدًا أكبر في الحفاظ على مكانة وسمعة علامتهم التجارية في السوق العالمي للإنترنت.

كما أصبحت العلامات التجارية على الإنترنت مثل الاسم محطًا لمنافسة ليس من بين المنافسين المحليين فقط، بل من منافسين دوليين أيضاً، فمثلا، حاولت إحدى الشركات الهندية استغلال العلامة التجارية المميزة لياهو، بإضافة كلمة الهند إلى هذه العلامة بتسمية ذاتها yahooindia في محاولة منها لاستغلال الشهرة الدولية لهذه العلامة.

وبينما قد يستفيد أصحاب العلامات التجارية التقليدية بشكل محلي من علامة تجارية أخري مشهورة أو مميزة، لا تتواجد في هذه الأسواق المحلية، فالملاحظ أن العلامات التجارية في الفضاء الإليكتروني تتواجد كلها في ذات السوق، أي السوق العالمي للإنترنت، أي بينما تتفرق المواقع الجغرافية للعلامات التجارية التقليدية، فإنها تتواجد على ذات المواقع الافتراضية "الإنترنت". وتتنافس في بيئة افتراضية علنية مكشوفة ومعروفة للجميع، ومن ثم فإن أي تواجد أو انتهاك أو استغلال لعلامة

تجارية يتم ليس أساس على النطاق أو السوق المحلي، وإنما يحدث هذا الانتهاك في ذات السوق العالمي، كما لا يقع هذا الاستغلال أو الانتهاك على الأرض فقط بل على الأرض وفي الفضاء الإليكتروني أيضاً.

وبينما قد يتحصل أصحاب العلامات التجارية أو يسعون لتسجيل علاماتهم في أكثر من مكان أو دولة لضمان تمتعهم بالحق في هذه العلامة، فإن الأمر يختلف في العلامات التجارية الإليكترونية - إذا جاز التعبير- حيث يتوجب تسجيل هذه العلامة، في أكثر من جهة، فقد يتم الاكتفاء مثلاً، بتسجيل اسم الدومين، لدي الجهات المسئولة عن أسماء المواقع مثلا، وهي بدورها تتبادلها مع الجهات المسئولة عن تسجيل وتعيين وإدارة أسماء المواقع..

وتوفر العلامات التجارية المميزة على الإنترنت لأصحابها الحق الاستئثاري في الانتفاع بها أو التصريح لطرف آخر بالانتفاع بها مقابل مكافأة. وتتولى لجنة التحكيم والوساطة التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية حماية بعض أشكال العلامات التجارية، مثل أسماء المواقع على الإنترنت، ولها صلاحية منع التعدي عليها، وأن ظهرت مشكلات في الفترة الأولى من انتشار الإنترنت ناتجة عن تخصيص أسماء الحقول للبعض وفقًا لأولوية التقدم بطلب التخصيص. ويوجد حاليًا في بداية عام 2001 ما يزيد عن 200 حالة نزاع معروضة أمام هذه اللجنة حول هذا الموضوع.

وتتفق العلامات التجارية التقليدية مع العلامات التجارية على الإنترنت، في أن مدة حماية العلامات التجارية على الإنترنت يمكن ضمانها وتجديدها إلى ما لا نهاية بدون مدة محددة.

وتلعب العلامات التجارية على الإنترنت دورا مهما عن غيرها من الوسائل في ميدان المنافسة، لعدة أسباب منها: أنها ليست ناقلة فقط للعلامات التجارية، بل هي أيضاً محل العلامة التجارية، وهي ليست واجهة للعلامات التجارية، فهي تحمل أيضاً محتويات العلامات التجارية، ففي حال تواجد موسوعة مشهورة أو قاعدة بيانات

متميزة، على الإنترنت، فإن تواجد العلامة التجارية لهما (للموسوعة أو قاعدة البيانات) على الإنترنت تساعد في تميزهما عن غيرهما، فضلاً عن أن الإنترنت تحمل محتويات الموسوعة أو القاعدة، ومن ثم قد يشمل التعدي العلامة المميزة للموسوعة أو محتواها.

كما أن الإنترنت تعد من أهم الوسائل التي تلجأ إليها الشركات والمؤسسات والأفراد لتقديم أنفسهم للجمهور؛ إما كمنتجين أو كمستهلكين، وبما يضمن عدم تضليل الجمهور، وبما يدفعهم إلى بذل أقصي جهده لتحسين خدماتهم ومنتجاتهم، وتخفيض تكاليف الإنتاج ليتفوقوا على منافسيهم، مما يجعل حماية العلامات التجارية على الإنترنت أمرًا مهمًا لضمان نمو الإنترنت، وتطورها تجاريًا واقتصاديًا. ومع زيادة الاستخدام التجاري للإنترنت، فإن تحديد العلامات التجارية للسلع والخدمات أو ما يعرف ب cyber mark يكتسب أهمية متزايدة، فالأعمال التجارية التي ترغب في أن يكون لها موطئ قدم على الإنترنت تعمل على تمييز منتجاتها، وانتشارها، ومن ثم تسعي لاستخدام الإنترنت كوسيلة تجارية ودعائية، في وقت يتزايد فيه اكتشاف حالات انتهاك العلامات التجارية على الإنترنت، وهو ما قد يرجع إلى سهولة مراقبة هذه الانتهاكات على الإنترنت عن أي وسيلة أخري، وزيادة قدرة مالك العلامة التجارية على تحري كيفية استخدام علامته التجارية، ومواقع الاعتداء عليها؛ ففي الماضي فإن مالك العلامة التجارية لـ Sony مثلا لم يكن مدركا ما إذا كان شخصا ما أو شركة صغيرة في بلد ما، تقوم باستخدام نفس علامته التجارية. ومع الإنترنت فإن نفس مالك العلامة التجارية يمكن أن يقوم ببحث كامل على الإنترنت على مستخدمي علامته في ثوان معدودة، بمجرد البحث عنها في محركات التفتيش أو البحث المتوافرة على الإنترنت، وكذلك أصبح بمقدورهم اكتشاف طرق هذه الانتهاكات وأشكالها، والتعرف عما إذا كانت هذه الانتهاكات عمدية أم غير عمدية.

وتعد سهولة اكتشاف انتهاكات العلامات التجارية سلاح ذو حدين، إذ أصبح من بين التزامات مالك العلامات التجارية، مراقبة استخدام علامته، وأن يقوم بذلك

بشكل روتيني ومتكرر، وألا فقد علاماته التجارية بعد حين. وإن كان يصعب في بعض الحالات التأكد من وقوع فعل التعدي على العلامات التجارية، فقد يحتوي موقع ما على شعار لتفاحة مثلا مع عبارة تقول "إن هذا الموقع يستخدم تكنولوجيا أبل" وربما يرى البعض أن استخدام شعار التفاحة على الموقع، يمثل انتهاكا لعلامة تجارية مشهورة، ولكن هذا لا يعد انتهاكا لموافقة شركة أبل على مثل هذا النوع من الاستخدام.

ويعود التفكير في حماية العلامات التجارية على الإنترنت إلى فترات قليلة ماضية، بحكم جدة الإنترنت كوسيلة، بحيث أصبح اغتصاب العلامات التجارية فعلا يستحق العقاب، ويستحق إقامة دعوى مدنية تستند إلى الفعل الضار، وبينما كانت حماية العلامات التجارية التقليدية تقتصر على النطاق الإقليمي، وتخضع لقانون الدولة، فلا تتعدى حدودها إلا في حالات استثنائية، لذلك بقيت كل دولة حرة في وضع التشريع الذي تراه مناسبا لحماية العلامات التجارية ضمن حدود إقليمها، إلا أن طبيعة الإنترنت الدولية، أوجدت حاجة ملحة لحماية العلامات التجارية في داخل إقليم مصدرها، كما في خارجه. وتشكل معاهدتي الويبو لسنة 1996 بداية للعمل على حماية العلامات التجارية على الإنترنت على مستوي دولي.

أما عن شروط استخدام العلامة التجارية على الإنترنت: فهي لتمييز موقع معين عن غيره أو للدلالة على مصدر محتويات موقع معين، وكذلك الاستخدام الفعلي للعلامة لحمايتها على الإنترنت. ويشترط في تسجيل بعض أسماء المواقع على الإنترنت كعلامات تجارية، إلا يكون من شأن استعمالها أن يحدث لبسا، مع أيا من أسماء المواقع أو الأسماء الأخرى، وكذلك صورة الغير أو شعاراته، ما لم يوافق مقدما على استعمالها. وإذا طلب شخصان أو أكثر في وقت واحد تسجيل نفس اسم النطاق أو عن فئة واحدة من المنتجات، يرفض طلبي التسجيل إلى أن يقدم أحدهما تنازلا للآخر، وتطلب بعض شركات تسجيل أسماء النطاقات، تحديد مبررات اختيار أسم معين.

سمات نزاعات العلامات التجارية على الإنترنت:

- بالرغم من أن نزاعات العلامات التجارية الحالية على الإنترنت تبدو مستوردة من الواقع، بيد أن مصدر النزاعات هي الإنترنت نفسها، كوسيلة جديدة للإعلان وللتجارة، وأن كانت تتواجد في واقع افتراضي، فالإنترنت نفسها هي مصدر هذا النوع الجديد من النزاعات الإليكترونية حول العلامات التجارية. كما أن قلب الصراع ليس هو الاستيلاء على علامة معروفة من العالم الحقيقي، ونقلها إلى الفضاء الإليكتروني، وإنما ما يسببه تواجد علامتين تحملان ذات الاسم، أو أسمين متشابهين في الفضاء الإليكتروني، في وقت بدأت فيه تتزايد أهمية التجارة الإليكترونية على الإنترنت، وشيوع استخدام الإنترنت كوسيلة تسويقية وترويجية وتجارية.
- مع شيوع استخدام الإنترنت في التجارة، فإن علامات تجارية استمدت مقوماتها، من تواجدها على الإنترنت، حيث قامت بخلق لنفسها علامة تجارية خاصة بها، بالرغم من عدم وجود مقوم طبيعي لها في العالم غير الافتراضي، كأمازون مثلا أو نابستر أو موقع"metaverse.com" لأدم كاري.
- إن النزاع على العلامات التجارية على الإنترنت، لا يقتصر على النزاع بين علامتين إحداهما في الواقع الافتراضي، والأخرى في الواقع غير الافتراضي(على الإنترنت وفي الواقع)، فالإنترنت في حد ذاتها مجالا لتنازع العلامات التجارية.
- إن مجال الالتباس والتشابه بين العلامات التجارية يبدو أكثر تعقيدًا على الإنترنت، مما هو في الواقع، بحكم تدخل التعامل الرقمي في إظهار العلامات، وعدم قدرة محركات البحث على التحديد الدقيق لعمليات البحث عن عمليات تجارية معينة، ولإمكانية استخدام وصفات الميتا (الميتاتاجز) كوسيلة للتداخل بين أكثر من علامة تجارية، فضلا عن إمكانية استخدام العلامة التجارية بطريقة مختلفة ولو قليلا، كحروف صغيرة أو كبيرة أو إضافة حرف واحد أو إشارة معينة للعلامة التجارية، بما يؤدي إلى تداخل العلامة التجارية مع غيرها من العلامات مثل حالة اسم حقل Microsoft.com

الذي حصلت عليه شركة زيرو ميكرو، بوضع زيرو (صفر) بدلا من حرف أو 'o'، وهو ما يجعله قريبا جدا من اسم الحقل الخاص بميكرو سوفت Microsoft.com ولكن تم توقيف اسم شركة زيرو ميكرو بعد احتجاج ميكروسوفت.

- إن احتمال التضارب والتشابه بين العلامات التجارية كبيرا على الإنترنت مثل التشابه بين أسم موقعيmetaverse.net و multiverse.com وقد ظهرت هذه المشكلة عندما كانت مؤسسة نتورك سولشينز مسئولة عن تسجيل اسم المجال من المستوي الثاني، وكانت لديها سلطة كبيرة في كيفية تسجيل اسم المجال وكيفية حل النزاعات، ولتبنيها مبدأ خدمة من يأتي أولاً.
- بينما يمكن حل النزاعات حول العلامات التجارية التقليدية بيسر، بفضل وجود قوانين عديدة محلية ودولية لحسم مثل هذا النزاعات، فإن هذا المجال مازال جديدا على الإنترنت، ولم تسن التشريعات اللازمة للفصل بينها، سواء فيما يتعلق بالاستخدام والملكية وانتهاك العلامات التجارية..
- بينما يسهل إمكانية تمييز العلامات التجارية في الواقع غير الافتراضي إلى حد ما، فإن هذا الأمر يبدو أكثر صعوبة على الإنترنت.

قضايا العلامات التجارية على الإنترنت:

من أوائل النزاعات التي دارت حول العلامات التجارية على الإنترنت، النزاع حول العلامة التجارية بماكدونالدز، إذ لم تقم هذه المحلات بتسجيل موقع لأسمها على الإنترنت، في ذلك الوقت، وقامت إحدى الصحفيات بإثارة هذا الموضوع، بكتابة مقالا في مجلة وايرد مجازين، بعد اتصالها بالمقر الرئيسي للشركة، وعرفت إنه لم يتم تسجيل اسمها mcdonalds.com، ومن ثم قامت بتعريف نفسها على أنها صاحبه الموقع كالتالي "ronald@mcdonalds.com"، فقاضتها محلات ماكدونالدز بأحقيتها في الاسم، وحاولت الصحفية الضغط عليهم لتوفير معدات لإحدى المدارس ولم تستجب لها محلات

ماكدونالدز في البداية ولم يستجيبوا في الأول وقاموا بالضغط على InterNIC لإجبار الصحفية على التخلي عن الاسم المسجل. بيد إنه تم حل النزاع بقيام ماكدونالدز بتبرع مالي لإحدى المدارس بمدينة نيويورك، وتخلت الصحفية للشركة عن اسم الموقع باعتباره علامة تجارية مميزة لهذه المحلات.

وبينما تم حل مشكلة العلامة التجارية لماكدونالدز وديًا، فإن النزاعات التي تلتها إما لم يتم حلها بذات الأسلوب، وأما لم يتم حسمها بسرعة، ومن بينها نزاع شركة KnowledgeNet, Inc في الينوي بأمريكا مع شركة أخري في فرجينيا D. L. Boone & Company، حيث كانت الشركة الأولى قد سجلت اسم الحقل knowledgenet.com. لها على الإنترنت، باعتبار أنها متخصصة في أعمال الكمبيوتر، وقامت الشركة الثانية بتسجيل ذات الاسم فيما بعد لها. وهو ما دفع بالشركة الأولى إلى تقديم شكوى إلى المؤسسة القومية للعلوم، والتي اعتبرت إن أحقية اسم الحقل يعود إلى الشركة التي قامت بتسجيله أولاً، بيد أنها لم تستطع إجبار الشركة الثانية على تغيير تسجيلها لذات الاسم، وهو ما دفع بالشركة الأولى إلى مقاضاة كل من الشركة الثانية والمؤسسة القومية للعلوم في محكمة بشيكاغو. وتم حل النزاع بموافقة الشركة الثانية على التنازل عن الاسم، مع استبعاد اسم المؤسسة القومية للعلوم من الدعوى التي أقامتها الشركة الأولى.

وقد دفعت هذه القضية، بالمؤسسة القومية للعلوم في عام 1995 إلى إتباع سياسة جديدة، تسمح لمالك لعلامة تجارية بالشكوى لديها في حالة تسجيل المدعي العلامة، كاسم حقل قبل الطرف الأخر، أي بأسبقية التسجيل. فلو كان مالك اسم الحقل الأصلي له حق السبق في الاسم أو كان أيضاً لديه تسجيل حكومي للعلامة التجارية، فإن سياسة المؤسسة تسمح لمالك الاسم الأصلي بالاستمرار في استخدام الاسم. ولكن هذه السياسة لم ترض أحدا. فهي لم تحاول التعامل مع حقوق مالكي العلامات التجارية وفقا للقانون العام، كما لم تأخذ في الاعتبار حقيقة أن بعض تخصيصات أسماء

الحقول يمكن أن تؤدي إلى انتهاكات لعلامات تجارية كاستخدام شخص مغرم بميكروسوفت لأسم هذه الشركة مع إضافة عبارات ساخرة منها.

وفي أغسطس عام 1995 أعلنت المؤسسة القومية للعلوم عن تعديل في سياستها بما يسمح بفرض غرامة على تسجيل أسماء الحقول على الجدد والحاليين مع إعطاء ترتيبات خاصة لأسماء الحقول التعليمية والحكومية.

من بين قضايا النزاع المشهورة حول العلامات التجارية، قضية أدم كاري مع قناة تليفزيون أم تي في، وكان كاري يعمل لدي أم تي في، وقام بتدشين موقع له على الإنترنت باسم "mtv.com". أثناء فترة عمله بها، وتم ذلك تم بمعرفة وموافقة أم تي في، وقد أهتم الموقع بمناقشة القضايا المتعلقة بالترفيه والثقافة وأخبار المشاهير. ونجح في خلق حضور كبير له على الإنترنت، وذلك عن طريق بث نشرة إليكترونية عن شائعات المشاهير عرفت باسم "Cybersleaze Report,"، وأدت شهرة كاري إلى ازدحام كبير على موقع أم تي في. وفي عام 1993 انفصل كاري عن أم تي في وطالبت القناة كاري بتسليم أو إغلاق موقعه لأنه يحمل اسمها، ورفض كاري ذلك، وانتقل النزاع إلى المحكمة، وإثناء المحكمة أوقف كاري عملياته في ام تي في، وانتقل إلى موقع جديد سجله باسم "metaverse.com". وانتهي النزاع في مارس 1995 بعد أن تمت تسويته خارج المحكمة

ومن القضايا الأخرى قضية ما يعرف بمراجعة برينتسون Princeton Review وهو تخص بائع لنماذج اختبارات امتحانات خاصة بالطلبة مثل SAT, LSAT, GRE. وفي عام 1994 قررت برينستون ريفيو تدشين عدة مواقع لها على الإنترنت، ومنها Princeton.com و review.com، وقامت أيضاً بتسجيل اسم حقل باسم "Kaplan.com" ، وأسست موقعا له وهو اسم خاص لمنافس برينتسون في السوق في مجال بيع هذه النماذج من الامتحانات، وأقرت برينستون أنها سجلت اسم خصمها الأساسي لمضايقة وخداع الشركات الأخرى، ولم يكن ثمة وجود إليكتروني لكابلان ريفيو من قبل، ولكن بعد أن قامت برينستون بخطواتها بوقف استخدام اسم كابلان وعرضت

الشركة المستولية بتسليم الاسم في مقابل كأس من البير أما محلي أو مستورد. ولكن تراجعت عن التسوية، ومالت للاستمرار في القضية وقال رئيسها أن منافسه "ليس لديه حس الفكاهة ولا الروية ولا البيرة" وقرر الوسطاء أن يجب أن تسلم برينتسون ريفيو الاسم إلى كابلان ريفيو، وهو ما قامت به ولكنها قامت سجلت اسما قريبا من الاسم السابق هو "kraplan.com".

أسماء النطاق (الحقول) والإنترنت

لأسماء النطاقات أهمية كبيرة على الإنترنت، حيث تساعد في تشكيل طبيعة الحضور الخاص للفرد أو الشركة على الإنترنت، فباستخدام اسم النطاق يمكن الدلالة على موقع الشخص أو الشركة أو المنظمة أو بريدهم الإليكتروني. واسم الدومين أو النطاق (domain name) هو الأكثر شهرة في عالم الإنترنت، عن غيره من مكوناتها، فهو يشكل عنوان الصفحة أو الموقع على الإنترنت، وهو عبارة عن كلمة أو اختصار فريد يدل على عناوين الـ URLs (عنوان الموقع العالمي) أو عناوين البريد الإليكتروني. ويحتل اسم النطاق موقع القلب من هوية الوجود على الإنترنت، وكلما اتصف بسمات معينة كلما كان أكثر شهرة، مثل أن يكون سهل التذكر، إذ يمكن بواسطته، إيجاد مواقع الشركات والمنظمات على ويب بسهولة، فمثلاً يمكن معرفة عنوان CNN بسهولة بمجرد كتابته في الخانة المخصصة لكتابة أسماء المواقع www. cnn. (com).

وتكتسب أسماء النطاقات على الإنترنت، أهمية كبيرة، في علاقتها بالممتلكات الفكرية، نظرًا لاحتمال تشابه أو حتى تطابق أسماء النطاقات، مع أسماء الماركات التجارية العالمية المعروفة، والتي تخص مؤسسات أخري، الوضع الذي يثير مشكلات قانونية كثيرة، ويرجع ذلك لأن أسماء الدومين في حقيقتها هي عناوين ووسيلة للدلالة، وتخدم كأرقام الهواتف وأسماء الشوارع، حيث تقوم الشركات بتثبيتها على أوراقها ومطبوعاتها عادة لغايات تعريف المستهلك، بكيفية الوصول لموقع الشركة على الإنترنت، وليس للدلالة على البضاعة أو الخدمة التي يتم تقديمها.

ونقطة الجدل تتمثل في التكييف والوصف القانوني لأسماء الدومين، فهل هي تعتبر علامات تجارية؟ وذلك من حيث تعلقها بمصدر وهوية البضاعة أو الخدمة، وبالتالي يمكن حمايتها من خلال قوانين حماية العلامات التجارية أم أنها أكثر شبها بأسماء الشوارع من حيث أن وظيفتها الأولى هي الدلالة على موقع الشركة، دون أن تخدم كمعرف للبضاعة أو الخدمة التي تقوم هذه الشركة بتقديمها، وبالتالي فإنه لا يمكن حمايتها باستعمال قوانين العلامات التجارية. والاتجاه العام في هذا المجال هو مع تقديم الحماية لأسماء الدومين في حالات محددة، وخاصة فيما إذا كان اسم الدومين هو علامة تجارية مشهورة.

محتويات اسم النطاق:

أسماء النطاقات هي عبارة عن أسماء رمزية، تحدد هوية كمبيوترات وموارد الإنترنت المختلفة، حيث تستخدم الكمبيوترات عناوين رقمية حسب بروتوكول يسمي بروتوكول الإنترنت Internet Protocol (IP) للتعرف على بعضها البعض، لكن المستخدمين أوجدوا كلمات ومصطلحات ملائمة أكثر، ويكتسي العنوان العالمي عادة بمثل هذا الشكل: htto://www.cnn.com والجزء الأول من هذا العنوان http، هو البروتوكول المستخدم في تصفح هذا الموقع، وهذا البروتوكول يكاد يكون ثابتا في جميع عناوين المواقع المتاحة على الشبكة العنكبوتية. والشرطتان المائلتان التاليتان لهذا الجزء من العنوان تشير إلى أن اسم الجهاز المضيف على الإنترنت، أما الحروف الثلاثة com، فتشير إلى أن هذا الموقع تابع لجهة تجارية، وبالطبع يتغير هذا العنوان وفقا للجهة التي تديره (edu). com. gov.net.

وتتألف أسماء النطاقات من أسماء مرتبة ترتيبا هرميا، ومن اليمين إلى اليسار. ويعني هذا أن تكون الأسماء التي تظهر في نهاية عناوين URLs، وعناوين البريد الإليكتروني، هي العليا في الترتيب الهرمي لمستويات النطاقات، ففي اسم النطاق cnn.com مثلا فإن com هي مستوي النطاق الأول، و cnn هو مستوي النطاق الثاني.

ويتضمن اسم النطاق الذي تسجله لموقعك، المستويين الأول والثاني فقط، كأن تسجل yourdomain.com مثلا ويجب تعيين عنواني IP أولي وثانوي، خاصين بهذا العنوان، وفقا لمزودات نظام أسماء النطاق DNS Domain Name System المسئولة عن تحويل أسماء النطاقات المرتبطة بالمستوي الثاني إلى عناوين IP الخاصة بها. وتتضمن أسماء النطاقات المرتبطة، المستويات الثالث والرابع والخامس وهكذا مثل www.yourdomain.com أو ftp.personal.yourdomain.com. ويتم تعيين اسم نطاق مقابل لكل عنوان IP مخصص لكمبيوتر أو مورد من موارد الإنترنت، ولا يمكنك تعيين اسم نطاق خاص لجهة ما أو شخص ما، بدون تسجيله في الشركات التي تقوم بتسجيل أسماء النطاقات، حيث أن أي اسم نطاق يجب أن يكون فريدا ومسجلا في تلك الخدمات.

كيفية تسجيل اسم النطاق وتكلفته:

توفر مواقع تسجيل اسم النطاق، نماذج جاهزة لتقديم طلبات التسجيل، وفق مراحل متتابعة، وتقوم هذه المواقع، بعدئذ بتقديم الطلب إلى نتوروك سوليشنز سابقا والايكان حاليًا بالنيابة عنك، ويطلب منك طلب التسجيل معلومات عن كيفية الاتصال بالمسئول الإداري والتقني والمحاسبي، وعليك حينئذ إدراج اسمك كمسئول إداري ومحاسبي، أما المسئول التقني فهو في هذه الحالة قسم الدعم الفني في تلك المواقع.

ويكلف تسجيل اسم نطاق جديد في المتوسط 70 دولارا، ويدفع هذا الرسم مقابل التسجيل، واستخدام اسم النطاق لمدة عامين، وللحفاظ على اسم النطاق بعد عامين يتم دفع 35 دولارا كرسوم سنوية، لكن بدأت تظهر أخيرا، أشكال من المنافسة في الأسعار والخدمات، بعد اعتماد أكثر من مؤسسة لتسجيل الأسماء، حيث أخذت الأسعار تهبط تدريجيا، وصار بالإمكان الحصول حتى على أسماء نطاق مجانية، ضمن شروط ترويجية محددة، إذ توفر بعض المواقع الخدمة ذاتها بأسعار تصل إلى 20 دولارا، تسجيل اسم نطاق، الذي ينتهي برمز أحد البلدان مثل sa, eg, ae، لدي الجهات المخولة، بتسجيل هذه الأسماء، والتي توجد عناوينها ضمن الموقع www.iana.org/cctld.html

تطور عملية توزيع أسماء النطاقات عالميًا[1]:

منذ عام 1980، كانت الجهة المسئولة عن أسماء النطاق مؤسسة العلوم القومية الأمريكية The National Science Foundation (التابعة للحكومة الاتحادية الأمريكية، والتي كان لها باع طويل في إنشاء شبكة الإنترنت) وبإدارة شركتي AT&T, Network Solutions. وكانت شركة نتوروك سوليشنز Network Solutions هي الوسيط الحصري المخول بتسجيل أسماء النطاقات، وكانت الطريقة الوحيدة، حتى وقت قريب، للحصول على اسم نطاق هو تسجيله من خلال هذه الشركة(www.nsi.com)، والتي تعاقدت في العام 1993 مع الحكومة الأمريكية، كي تعمل كموزع لأسماء النطاقات COM، وORG، وNET، وEDU. وكانت "سلطة تعيين أرقام الإنترنت" Internet Assigned Numbers Authority، والمعروفة اختصارًا IANA[2] (www.iana.org)، الموجودة، في كاليفورنيا، والتي يديرها المختص بشبكة الإنترنت، جون بوستل، هي التي تضع العناوين الرقمية الخفية(IP) التي يستخدمها الكمبيوتر فعلياً، لإرسال البيانات من جهة لأخرى، على الشبكة، وهي الجهة المشرفة على جميع أسماء النطاقات، منذ أن نشأ مفهوم اسم النطاق، لكنها ظهرت إلى الوجود، عندما كانت الإنترنت مختلفة تماماً، عما هي عليه اليوم. ومع توسع الإنترنت وتحولها إلى شبكة عالمية وانتشار استخدامها في دول العالم كافة، لم يعد من الممكن لإدارة حكومية "أمريكية" أن تتولى شئون تنظيم

(1) استفدنا من تقارير ومقالات وأخبار متفرقة منشورة بمجلات عربية متخصصة في الإنترنت منها مجلة الإنترنت في العالم العربي وغيرها من المصادر على الإنترنت وخاصة المتعلقة بالمنظمات المعنية بالإنترنت.

(2) أنشأ جون بوستال (1943-1998)، أحد رواد الإنترنت، منظمة IANA، وكان عالماً في الحاسوب يعمل لدى معهد Information Sciences في جامعة كاليفورنيا. ومنذ أيام شبكة أربانت، بدأ د. بوستال العملية بتسجيل أسماء وأرقام الإنترنت، وعمل كمدير لمنظمة IANA، وأصدر خلال سنوات عمله، العديد من التوصيات المتعلقة بإنترنت، والتي ساهمت في تطورها. واشترك د. بوستال في تطوير العديد من بروتوكولات الإنترنت، مثل نظام أسماء النطاقات DNS، وبروتوكول نقل الملفات FTP، وتيلنيت، وبروتوكول الإنترنت الأساسي ذاته IP، وهو صاحب اقتراح نقل مسؤوليات IANA إلى شركة جديدة غير ربحية، تتخصص في تسجيل أسماء النطاقات.

الشبكة الدولية بمفردها، فتم الاتفاق على تأسيس هيئة مستقلة غير حكومية تمول برسوم تحصلها من شركات الإنترنت.

وقد بدأ التفكير في تغيير الجهة المشرفة على أسماء النطاقات بعد تعرض النظام التقليدي لتوزيع أسماء النطاقات، إلى انتقادات حادة، في السنوات القليلة الماضية لأسباب مختلفة، فُصّلتها الورقة البيضاء التي أصدرتها الحكومة الأمريكية (1998).

وكان مكتب تسجيل العلامات التجارية في الولايات المتحدة قد بدأ منذ عام 1996 بالسماح للشركات، بناء على عقد مع الحكومة الأمريكية(وخاضعة لشروطها وتحت إشرافها)، بتسجيل أسماء الدومين نفسها كعلامات تجارية، باعتبار أن خدمة تزويد المعلومات المعروضة على الإنترنت، حتى ولو كانت معلومات دعائية تتعلق بالشركة أو خدماتها، ما هي في الحقيقة إلا خدمة تزويد بالمعلومات والأخبار، وقد قام المكتب بتصنيفها حسب محتويات الموقع على الإنترنت، فإذا كانت المحتويات تجارية تصنف تحت صنف 35، وإذا كانت مالية تصنف تحت رقم 36، والإنشاءات والإصلاحات والصيانة 37 وأخبار الاتصالات 38 والتنقل والتخزين 39 ومعالجة المواد 40 والثقافة والتعليم 41 وجميع الأمور الأخرى 42. وفي حالة وجود العديد من المعلومات المختلفة على الموقع، فإن اسم الدومين يسجل في هذه الحالة تحت صنف 42، وهي نفس الحالة التي تنطبق على مجلات النشر الإليكتروني التي تقوم بنشر الأخبار والمعلومات مباشرة على الإنترنت، حيث تصنف تحت صنف 42.

وأسفرت المباحثات التي جرت بين IANA وNSI عن اتفاق يكلف IANA أو ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) وفق الاسم الجديد، بتشكيل لجنة مكونة من تسعة اختصاصين بشبكة الإنترنت لإدارتها، وتكوين ثلاث مجموعات متفرعة عنها، تتولى تقديم خطط للإشراف على عملية تسجيل أسماء النطاقات، على أن ترعى اللجنة، أيضاً، عملية تحديد العناوين الرقمية، وتنسيق المعايير الفنية، وأن تساعد كل واحدة من المجموعات الثلاث بدورها، من خلال مجالس

إداراتها، على تنفيذ الأعمال المطلوبة، وقد تمت إعادة هيكلة هذه المنظمة، بحيث تولت مهمة تسجيل أسماء النطاقات، أثناء الفترة الانتقالية، حتى العام 2000. وأصبح واختصارها ICANN. وفقدت شركة "نيتويرك سوليوشنز" في عام 1998 عقد الاحتكار الحكومي، الذي كانت بموجبه تعد الشركة الوحيدة التي تستطيع بيع أسماء المواقع بمبلغ 35 دولارا في العام الواحد، وفي ذات الوقت بدأت نزاعات عديدة تظهر حول طريقة اختيار أعضاء اللجنة الجديدة. وتأسست رداً على ذلك، مجموعة عمل جديدة في بوسطن، باسم Boston Working Group تتألف من ممثلين لعدد من الشركات الصغيرة، ومختصين بالقانون ورعاة مصالح شركات كبيرة. وقدمت هذه المجموعة، مقترحات مضادة اتهمت فيها مؤيدي منظمة ICANN بتجاهل الآراء التي اتخذت بالإجماع، بخصوص عدد من المسائل التي تتعلق بالسيطرة على عملية التسجيل، وتجاهل ضم اللجنة التي ستشكل للإشراف على هذه العملية، قاعدة عريضة من المختصين بالموضوع، بحيث تمثل مصالح الجميع.

كما أبدت دول الاتحاد الأوروبي واليابان وكندا مخاوفها من عملية الانتقال هذه، وكان الاقتراح الأمريكي الذي أقرته إدارة الحكومة الأمريكية بخصوص نظام العنونة الخاص بمواقع الإنترنت، يهدف إلى إنهاء احتكار شركة Network solutions الأمريكية التي سجلت أكثر العناوين شعبية، والتي تنتهي بلاحقة org, com, net في ظل اقتراح بإنشاء خمس نطاقات جديدة لتضاف إلى الثلاث المذكورة، مما قد يحمل الشركات على التنافس لتسجيل عناوين جديدة فيها، لكن الاتحاد الأوربي انتقد الخطة الأمريكية، وقال أنها تعزز من هيمنة الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، وحسم منازعات العلامات التجارية المشتملة على أسماء العناوين لصالحها، وأن مقترحات الولايات المتحدة لم تأت لإتاحة المجال لمنافسة شريفة، وعاب الاتحاد الأوربي على الخطة تجاهلها الإشارة لاقتراح إدارة أسماء النطاقات، والذي صاغه تكتل من الشركات والهيئات، تم تشكيله في جنيف تحت اسم مجلس السجلات Council of Registers (CORE)، وأبدي الاتحاد الأوربي استياءه من تجاهل مساعيه لتشكيل نظم وضوابط إجرائية لحل

المنازعات الخاصة بالإنترنت من خلال منظمة الملكية الفكرية العالمية World Intellectual Property Organization.

وبناء على هذه الخلافات، أجلت الحكومة الأمريكية إعطاء موافقتها على خطة نقل صلاحياتها الحالية لتسجيل أسماء النطاقات في الإنترنت، إلى هيئة دولية في جنيف، بدعوى حاجتها إلى الوقت لإجراء المزيد من المداولات. وفي ذات الوقت طالب الاتحاد الدولي للاتصالات ITU، التابع للأمم المتحدة، والمتخصص في رسم سياسات الاتصالات الدولية، بمراجعة شاملة للاتفاق الذي أقر في شهر نيسان/ إبريل 1998 بشأن نقل مسؤوليات تسجيل أسماء النطاقات في الإنترنت إلى هيئة دولية (الايكان).

وانتهي الأمر باتفاق على إنشاء هذه الهيئة الجديدة (الايكان)، ليصبح الاتحاد الدولي للاتصالات المرجع المختص بشأن أسماء النطاقات، فيما تتولى المنظمة العالمية للملكية الفكرية مهام التحكيم والبت في الطعون المتعلقة بالممارسات. وقد أثار هذا الاتفاق مخاوف اللاعبون الرئيسيون في صناعة الإنترنت في الولايات المتحدة، أمثال مايكروسوفت وIBM ونيتسكيب، حيث أبدوا تحفظاتهم بشأن اتفاقية جنيف، ونشطت مجموعات أخرى في معارضة الاتفاق، بدعوى إنه قد يؤدي إلى انشقاقات خطيرة في تحديد أسماء النطاقات. وكانت الاقتراحات تقضي بإضافة سبعة نطاقات جديدة إلى تلك التي كانت مستخدمة حتى يوليو 2001، ومازالت مثل. com، و. gov، و. edu. كما تحدد إجراءات تسجيل أسماء النطاقات للمؤسسات الراغبة بالانضمام إلى الإنترنت والرسوم الواجب دفعها، وإجراءات فض المنازعات بهذا الصدد.

وبموجب الاتفاقية، توصلت حكومة الولايات المتحدة، والمتعهد المسؤول عن توزيع العدد الأكبر من عناوين الإنترنت، لاتفاق يتم على أساسه تسليم نظام تسجيل اسم النطاق(domain name system) للقطاع الخاص. وبدأت شركة NSI (Network Solutions Inc. (بموجب الاتفاقية، بالتخلي عن احتكارها لتسجيل أسماء نطاقات

المشتركين في شبكة الإنترنت، مثل. com و. net و. org وسلمت المعلومات التقنية الضرورية للقيام بهذه المهمة، إلى شركات أخرى، وبدأت عملية التسليم في الفترة الواقعة بين 31 مارس، والأول من يونيو 1999. وقد أدت هذه الاتفاقية إلى زيادة التنافس حول النظام الذي اتبعته شركة NSI تحت إشراف منظمة الايكان. وبمقتضى هذه الاتفاقية، احتفظت NSI بتعاقدها الفيدرالي لتسجيل عناوين الإنترنت خلال السنتين الماضيتين، وأثناء عملية الانتقال.

وقد ساعدت هذه الاتفاقية على إنهاء واحدة من أكثر المسائل التي واجهتها الحكومة الأمريكية، إثارة للنزاع في الفضاء الإليكتروني، وأن شكك البعض في تخلي نتوروك سوليشنز NSI عن احتكارها لهذا العمل، وقالوا أن الاتفاقية لا تتضمن بنوداً تنص على تجريد NSI من احتكارها الرسمي لتسجيل أسماء النطاقات العامة (generic domains). ويقصد بالنطاقات العامة، تلك النطاقات التي تشير لعناوين الإنترنت التي لا تتضمن رموزًا لبلدان، مثل fr إشارة لفرنسا، أو sg لسنغافورة.

وتم تأسيس الايكان كهيئة غير ربحية (ICANN) www.icann.org في عام 1998، والتي تعد في جوهرها خليفة لـ IANA، ووظيفتها الإشراف على حاضر ومستقبل توزيع وإدارة أسماء النطاقات، وأرقام بروتوكول IP على شبكة الإنترنت، عبر لجنة من المحكمين، التي يجب أن يعكس دستورها الوضع الدولي للإنترنت، وهي عبارة عن تآلف عدد كبير من المنظمات التجارية العاملة في مجال الإنترنت، وفي مجال التقنيات، بالإضافة إلى الحقل العلمي. وقد حددت أهداف هذه الجمعية بالسيطرة على نظام التسجيل، وتعيين بروتوكولات الإنترنت IP على الشبكة، وتحديد بارامترات البروتوكولات، وإدارة دليل نظام المزود الأساسي root server system وكانت إحدى النتائج المباشرة، لتأسيس هذه الهيئة هي إلغاء احتكار شركة نتوروك سوليشنز NSI، ثم منحت هذه الصلاحيات لمؤسسات أخري، فكانت النتيجة زيادة المنافسة، وانخفاض تكلفة التسجيل.. كما تعمل الايكان على تقديم الاستشارات لشركات الكمبيوتر والإنترنت على أن تخصص

خوادم لمواقع الشبكة، وتنظم آلية عمله، ومنحها التراخيص القانونية اللازمة والتأكد من عدم تكرار عناوين المواقع أو تضاربها.

ومن المسؤوليات الرئيسية لهذه المنظمة، إجازة مسجلي أسماء النطاقات، الذين ستكون لديهم إمكانية التسجيل بلاحقات COM، وNET، وORG. حيث تتقدم الشركات التي تريد توفير خدمات التسجيل، بطلب عبر موقع ICANN (www.icann.org). والهدف من هذا، هو تطوير نظام للتسجيل في شبكة الإنترنت، كصناعة فرعية متنافسة، يمكن أن تنشأ وتنمو بدون تمويل من الحكومة الأمريكية.

ولا توفر ICANN ذاتها، خدمات التسجيل، لكنها مسؤولة عن تكوين الشركات المسجلة التي يمكنها توزيع أسماء النطاقات، في ما يعرف اليوم، بنظام التسجيل المتشارك (Registration System Shared)، وهي مسؤولة أيضاً، عن ضمان عمل نظام أسماء النطاقات تقنياً، بالطريقة اللازمة، فهي تضمن، مثلاً، أن يستمر عمل مزودات الجذر بشكل دائم، وهي بنك المزودات التي تتدفق منها جميع بيانات أسماء النطاقات إلى شبكة الإنترنت، ومازال هذا العمل حتى الآن في يد شركة نتوورك سوليوشنز، وهي مسؤولة أيضاً، عن الإشراف على اتخاذ قرار بإضافة أسماء نطاقات علوية عامة جديدة، وتعيين مقاطع مجالات أرقام IP، وأن كانت منظمة ICANN غير مفوضة قانونياً، لكنها المسؤولة عن العمل مع العديد من الجماعات والأشخاص حول العالم، بهدف الوصول إلى إجماع، يحدد متى ينصح بتغيير نظام أسماء النطاقات.

وقد أنشأت منظمة ICANN، في عام 1999 بطلب من وزارة التجارة الأمريكية، مجموعة اختبارية، تتكون من خمس شركات، تستطيع أن تصل إلى نظام التسجيل المتشارك، وتسجيل أسماء النطاقات، ثم قامت بتسمية- مع استمرار الاختبار- أكثر من 60 شركة تسجيل، لكن الغريب في الأمر أن شركة نتوورك سوليوشنز، ليست واحدة من شركات التسجيل الجديدة، لأنها لم تتقدم بطلب بهذا الخصوص، بل اختارت أن تبقى شركة تسجيل غير مجازة. وكانت هذه الشركة محور خلاف يتعلق

بقاعدة البيانات التي تتضمن أسماء ومالكي النطاقات، والتي جمعتها نتوورك سوليوشنز كشركة تسجيل رئيسية، خلال الأعوام الخمسة من العقد الذي وقعته مع الحكومة الأمريكية. فالتغييرات الجديدة في نظام التسجيل، تتطلب التشارك في هذه البيانات بين شركات التسجيل الجدد، لكن نتوورك سوليوشنز اعترضت على هذا، استناداً إلى العقود الموقعة مع مالكي أسماء النطاقات الحاليين. وفي الأعوام القليلة الماضية، دخل مجال التسجيل شركات جديدة.

وقد هدفت هذه التغيرات، إلى دفع شركات التسجيل الجديدة إلى تقديم خدمات أفضل، بإخضاع عملية تسجيل اسم النطاق للمنافسة، ودفع شركات التسجيل لتوفير خيارات إضافية في رزم تسجيل متكاملة، يمكن أن تتضمن استضافة الصفحات، وبرمجيات مجانية، وإمكانيات تجارة إلكترونية، وخدمات أخرى كثيرة، وستستطيع المنظمات، بسبب الترتيبات الجديدة، إقامة دعاوى على من يسجل أسماء نطاقات مماثلة لأسمائها، مادامت الدعاوى صالحة وفقاً لقوانين الايكان ICANN، والمنظمات الداعمة لها.

وبالرغم من المزايا السابقة، يرى البعض أن التسجيل المركزي السابق، كان لا يسبب إرباكًا كبيرًا، وأننا سنفقد الروح التعاونية في شبكة الإنترنت القديمة، حيث عمل البناة الأوائل وراء مسرح الأحداث، للمحافظة على تطور وعمل الشبكة. لكن هذه التغييرات قد تكون ضرورية، مع استمرار نمو الاهتمام التجاري بالإنترنت.

والآن هناك العديد من الشركات المتخصصة، أهمها "نتوورك سوليوشنز" و"غريت دومينز"، وغيرهما تتولى تسجيل الأسماء مقابل بدلات شهرية أو سنوية، ويتم عادة دفع تكاليف التسجيل بواسطة بطاقة ائتمان، أي أن المسألة تقتصر على زيارة إلى موقع إحدى الشركات المتخصصة، واختيار الاسم المرغوب، والتحقق من عدم حيازة شخص آخر أو جهة أخرى للحق باستغلاله، ثم دفع بدل الاشتراك، وهذه العملية قد لا تستغرق سوى دقائق معدودة.. ويوجد أكثر من 60 شركة تتنافس فيما بينها على

تسجيل أسماء المواقع، الجديدة والقديمة، وقد أدى هذا التنافس إلى انخفاض أسعارها لتصل في بعض الأحيان إلى 8 دولارات فقط. أما بالنسبة للأسماء الجذابة فإن أسعارها ترتفع بشكل مثير. ومن بين المؤسسات الوسيطة التي يمكن التسجيل لديها :

names4ever.com, registrars.com, interaccess.com, opensrs.org, e-names.org, nameit.net etc

وفي السابق كانت الرسوم متساوية بغض النظر عن أهمية الموقع، لكن مؤخرا ظهرت مزادات علنية لبيع الأسماء سهلة الحفظ، وبلغت بعض الأسعار أرقاما خيالية (سيلي تفاصيل عنها في هذا الفصل). وتنبغي الإشارة إلى أن تسجيل اسم الموقع شيء، وبناء الموقع نفسه شيء آخر، ولا تطلب سوى قلة قليلة من الدول وجود موقع بمحتوى لتوافق على تسجيله.

وينظم أمناء التسجيل الأوربيين عمل نحو خمسة ملايين عنوان، ثلثيها لمواقع تنتهي برموز الدول، وليس برموز عامة مثل com, net, org. وقد رفض أمناء التسجيل الأوربيين لعناوين ورموز المواقع على شبكة الإنترنت تسديد ما يتوجب عليه من مستحقات للمؤسسة الأمريكية الحكومية، وذلك بسبب شكوكه في كفاءة المؤسسة الجديدة، وعدم استشارة الشركات الأوربية على إطلاقها، ومعارضة المجلس دفع ضرائب على العناوين والرموز للشركة الأمريكية باعتبار أن المبالغ التي تطالب بها أيكان عبارة عن مصاريف تكبدتها بسبب الإجراءات القانونية التي استغرقتها المحاكمات التجارية لتستولي على مسئوليات ومهام كانت مناطة بأجهزة وشركات نظمت عمل الشبكات الدولية مثل نتورك سوليشنز وغيرها، وترى إنه لم يحدث تغيير في الخوادم منذ استبدال نتورك سوليشنز بايكان، في وقت لا تستخدم فيه حوالي 60٪ من العناوين المسجلة والمنتهية بلاحقة com فعليا. وقد بلغ عدد العناوين المسجلة حتى الخامس عشر من شهر شباط 1999 (15447479).

وقد حاولت المفوضية الأوربية من جهتها التخفيف من سيطرة com العالمية بوضع لاحقة خاصة بها هي eu، وفي الولايات المتحدة بادر مشروع مستهلكي

التكنولوجيا Consumer Project of Technology باقتراح سبعة أسماء مناطق جديدة على مؤسسة أيكان، ومن بين الأسماء المقترحة خصص المشروع لاحقة sucks أي عديم الجدوى أو الأخلاق في العامية للتجمعات الغاضبة من مسألة ما، ففي حال وجدت مجموعات غاضبة من تصرفات شركة مايكروسوفت مثلا يمكنها اعتماد عنوان العنكبوت التالي www.microsoft.sucks، ومع أن هذا الاقتراح يبدو هزليا للوهلة الأولى، إلا إنه دليل على الاختناق الذي سيحل في ساحة عناوين العنكبوت.

وقد أثار قرار مؤسسة "أيكان" التي تتولى الإشراف على الأسماء من دون أن يكون لها الحق الحصري في تسجيلها، بفتح المجال أمام تغييرات في أسماء المواقع واقتراح نهايات جديدة للأسماء (على غرار Travel لشركات السياحة) المخاوف من حدوث فوضى شديدة، وخصوصا أن المؤسسة أرجأت اتخاذ العديد من القرارات حتى نهاية عام 2000. وقد ظهرت الغيوم الأولى لهذه الفوضى بالفعل في عشرات القضايا المرفوعة أمام هيئات التحكيم والمحاكم. وكان من بينها قرار هيئة التحكيم الدولية في جينف برئاسة بيار ايف غوتييه إسقاط حق الفيج فريمي في استغلال اسم Lemonde. com الذي طالبت به صحيفة "لوموند" الفرنسية به، واتهمت فريمي بمحاولة استغلال ماركتها التجارية.

وفي اجتماع عقدته الايكان في أواخر عام 2000 باليابان، تقرر إضافة اللواحق الجديدة إلى تلك الموجودة مثل (دوت كوم) للشركات و (دوت اورج) للجمعيات و(دوت اديو) للهيئات التعليمية، على أن تبدأ (أيكان) بتلقي الطلبات من شركات خدمات الإنترنت التي تعتزم بيع وتسجيل اللواحق الجديدة، وستقدم تلك الشركات المقترحات للواحق الجديدة، وتشرح كيف أنها ستفحص وتسجل من يريدون إنشاء مواقع جديدة على الإنترنت باستخدام تلك اللواحق. ودعا القرار- وهو الأول من نوعه منذ أكثر من عشر سنوات- إلى تقديم العناوين الجديدة تدريجيا بأسلوب محكم ومسؤول، على أن توزع العناوين الجديدة في نهاية عام 2000. ولكن القرار لم يحدد

بالضبط عدد المقاطع التي سيتم الموافقة عليها، أو فيما إذا كانت تلك التي تدل على نشاط معين، مثل كلمة ترافيل لوكالات السياحة والسفر، ستكون متاحة للأفراد أيضاً، وكيف سيتم تجنب انتهاك حقوق الماركات المسجلة للشركات.

ومن شأن قرار توسيع أسماء المواقع على شبكة الإنترنت أن يذكي المنافسة بين الشركات التي تمارس عمليات بيع وتسجيل أسماء المواقع، وكذلك إتاحة حرية أكبر لمستخدمي الإنترنت في اختيار أسماء لمواقعهم، وسهولة في البحث عن مواضيع معينة، إذ لا يوجد في الوقت الراهن، سوى عدد محدود من مقاطع العناوين المستعملة على شبكة الإنترنت مثل كوم، وجوف، ونيت، إضافة إلى رموز خاصة من حرفين تعطى لأسماء الدول مثل ئي جي لمصر أو يو كيه للمملكة المتحدة. ويعطي الفرصة لمنح المستهلكين مجالا أكبر للمفاضلة بين العديد من الأسماء والباعة للاختيار. كما سيسهل القرار الجديد إمكانية بحث المستهلكين من مستخدمي الإنترنت عن المواقع والموضوعات التي تهمهم، فمثلا يمكن لشركات الطيران والسياحة أن تميز نفسها عن طريق منحها الزيادة (Travel) على سبيل المثال حيث يوفر ذلك على الباحثين الوقت والجهد في محاولات الوصول إلى الشركة التي يفضلونها. من ناحية أخرى اقر مجلس إدارة أيكان اقتراحا بالسماح لانتخاب خمسة من أعضاء المجلس البالغ عددهم 19 عضواً من خلال تصويت مستخدمي الإنترنت المسجلين وتم عقد الانتخابات في أكتوبر 2000.

ولكن الاقتراحات الأخيرة تعرضت لانتقادات عديدة منها عدم وضوح الطريقة التي سيتم فيها إدخال وتطبيق المقاطع الجديدة ضمن نظام الشبكة، وانعدام وجود تعليمات واضحة بخصوص عدد المقاطع الجديدة المتاحة للاستخدام، كما أنها قد تخلق انتهاكات لحقوق الماركات المسجلة للشركات، وارتباك بين مستخدمي الشبكة، والخوف من قيام عدد كبير من الشركات أو الأفراد بتسجيل المئات وحتى الآلاف من الأسماء المفضلة لديهم مرفقة بالمقاطع الجديدة المقترحة، مثل استخدام كلمة بيوتيفول،

وتعني جميل بالإنجليزية، في عنوان مثل بيوتيفول. شوب، ثم بيعه بأسعار خيالية مثلما حصل مع بعض العناوين الراهنة.

وفي شهر نوفمبر عام 2000 أعلنت الايكان عن إيجاد سبعة عناوين لاحقة جديدة للويب، هي biz و info و name و pro و museum و aero وcoop . ويفترض أن يبدأ العمل بهذه الأسماء ابتداء من النصف الثاني من عام 2001، تم تخصيص حروف info للاستعمال العام، و biz للأعمال، و name للأشخاص، و pro للمهنيين، و museum للمتاحف، و coop للتعاونيات و aero لصناعة الطيران، وتم رفض أسماء الميادين اللاحقة التالية: Kids للأطفال و health للمعلومات الصحية، و tel لأرقام الهاتف و geo لعناوين الويب الخاصة بالمناطق، حيث كانت تلك الأسماء تختص بعناوين على شبكة الويب مستندة للموقع، وجاء رفض إدراج لاحقة (كيدس) Kids المخصّصة لمواقع الأولاد على قائمة الملحقات الجديدة، خوفًا من شمول هذه المواقع على محتويات غير سليمة بالنسبة للأولاد. وصرف النظر عن طلب لتسجيل اسم النطاق، web، على أساس إنه مسجل بشكل غير رسمي، ورغم الإصرار الذي برز من قبل شركة (أفيلياس أل أل سي) Affilias L L C، وهي كناية عن تحالف يضمّ مجموعة من الشركات التي تقوم بتسجيل عناوين صفحات (وب). ويبدو أن رفض الهيئة جاء بسبب ارتباط الشركة المذكورة مع شركة (نتوورك سوليوشنز) Network Solutions، ولم تخلو المفاوضات من الجدل والنزاعات حول أمور هامة عديدة مثل الأسعار وصلاحيات الاستعمال للملحقات Suffixes الجديدة.

ومن المتوقع أن تؤدي هذه الإضافة الجديدة، التي ترفع عدد أسماء النطاقات عالية المستوى المتاحة للمستخدمين في كل العالم إلى عشرة أسماء، لسباق محموم بين كل من: الشركات والمنظمات وأصحاب العلامات التجارية والمضاربين والأفراد، الذين سيحاول كل منهم تسجيل أبسط الأسماء وأكثرها شعبية وأسهلها حفظاً، قبل الآخرين.

ورغم ذلك، فالجانب الإيجابي في هذا كله، إنه ومع الانتقادات القاسية التي وُجهت لمؤسسة ICANN بشأن اختيار أسماء النطاقات، وأعدادها، والوقت الطويل الذي استغرقته المؤسسة لاعتمادها (أكثر من خمس سنوات)، إلا أن وجود أسماء النطاقات عالية المستوى سيريح مجتمع إنترنت من ندرة العناوين التي تنتهي باللاحقات. com، و. net و. org. وكان من الملاحظ أن العدد الضخم للأسماء التي تنتهي باللاحقة. com والمسجلة على مستوى العالم، التي تقدر بما يقارب 20 مليون اسم، جعلت من شبه المستحيل على أي كان أن يأتي بكلمة إنجليزية، أو خليط من ثلاث أحرف، تُشكل عنواناً ملائماً ينتهي باللاحقة. com.

كما أن هناك مجموعة قليلة من الأسماء الأصلية المستخدمة على الشبكة مثل.edu و.gov، إلا أن هذه الأسماء ليست متاحة للاستخدام على مستوى العالم، وينطبق استخدامها على المعاهد التعليمية، والحكومة الأمريكية.

ومن المتوقع أن يبدأ مستعملو شبكة الإنترنت بمشاهدة العناوين الجديدة على صفحات (وب) بملحقاتها الإضافية بعد انتهاء المفاوضات الناجحة بين هيئة مراقبة الإنترنت ومقدّمي الطلبات الذين دفع كل واحد منهم مبلغ 50,000 دولار للهيئة من أجل دراسة مقترحاتهم.

المركز القانوني للدومين الإليكتروني

ولكن ما أهمية اسم الموقع على الإنترنت؟ ولماذا يدور التنافس عليه؟ اسم الموقع يشبه إلى حد ما العقار الافتراضي، وتعتمد قيمته كالعقارات الحقيقية على العنوان، وسهولة الوصول إليه ومحتواه. ويمكن أن يكون الدخول إليه ببدل مدفوع أو مجاني، وفي وسع صاحبه استغلاله، وفقا للوجهة التي يراها مناسبة. ونظرا لتحول التجارة الإلكترونية إلى عنصر مهم في عمليات التبادل العالمية، اكتسبت المواقع على الإنترنت أهمية خاصة سواء لناحية إجراء عمليات البيع والشراء مباشرة من المواقع، أو لناحية التسويق، وتقديم وعرض السلع والخدمات، حيث يلعب الموقع دور الواجهة والمتجر

في الوقت ذاته. وقد اشتدت المنافسة في الآونة الأخيرة للاستحواذ على أسماء المواقع لعدة أسباب منها أن الإدارة الأميركية ألغت العقد الاحتكاري مع مؤسسة "نتوورك سوليشنز" التي كانت جميع عمليات شراء الأسماء تمر عبرها، مما فتح السوق واسعا أمام شركات عدة تطمح لتحقيق أرباح ببيع الأسماء. وقد كان نظام أرقام بروتوكول الإنترنت، وتخصيص أسماء المواقع، يتم تنسيقه من قبل هيئة Internet Assigned Numbers Authority ("IANA")، وتحولت الآن إلى مؤسسة الايكان ICANN التي تشرف على هذه العملية، مع فتح المجال أمام عدة شركات تتنافس فيما بينها لإتمام عملية تسجيل أسماء المواقع. كما أن تزايد ظاهرة الاحتلال الافتراضي، أو التعدي على أسماء مواقع الآخرين، وخاصة أسماء المشاهير سعيًا لاستغلال شهرة العلامة التجارية أو شهرة الشخص، في جني ثمار وعوائد مادية، أدي إلى زيادة الوعي بأهمية أسماء المواقع، والتسابق لحمايتها وتسجيلها، أو الدفاع عن الحق في امتلاكها. وكذلك فإن التزاحم الكبير حول أسماء معينة، ولواحق محددة مثل Com. أدي إلى فوضي كبيرة في سوق أسماء المواقع، بات معها من الصعب إيجاد اسم مناسب، للإعلان عن الجهة أو الشركة التي ترغب في التواجد الإليكتروني على الإنترنت. كما سعي البعض إلى الحجز المسبق لأسماء معينة، سعياً للاتجار فيها فيما بعد، وأدي كل ذلك إلى زيادة التنافس على أسماء الحقول في الإنترنت.

ويعتبر موضوع حماية الدومين على الإنترنت مسألة خلافية بحاجة إلى مناقشة وتحديد لمركز الدومين بين باقي مفردات الملكية الفكرية، حتى نستطيع بالتالي توفير الحماية اللازمة له، خصوصا وأن عملية تقليد الدومين واستعماله استعمالا غير مشروع قد بدأت بالفعل، ولن تنتهي إلا بوجود نظام حماية فعال وكاف لردع من تسول له نفسه التلاعب بالدومين واستعماله على وجه غير مشروع.

والدومين عبارة عن تسمية جديدة أو رمزا مبتكرا يتم اختياره واستخدامه من قبل الشركة المشتركة في شبكة الإنترنت لتمييزها عن غيرها، و لإعطاء المتعاملين معها

إمكانية مخاطبتها ومراسلتها أو الدخول عليها عبر الشبكة الإليكترونية. وبالتالي فإن هذا الدومين يتضمن أمرين: الأول وهو الاسم أو المركز المبتكر الذي يوضع بشكل مختصر (كان يتم وضع الحروف الأولى المكونة لهذا الاسم أو اختيار أول حرف من كل كلمة تشكل اسم المشتركة) والثاني هو عنوان الشركة المشتركة في شبكة الإنترنت، وهو ما يسمي العنوان الإليكتروني email والذي بواسطته يستطيع العميل الوصول إلى الشركة أو المؤسسة التجارية ومخاطبتها إليكترونيا.

وعليه فإن الدومين يتكون من اسم الشركة المشتركة وعنوانها، وهذا الاسم الجديد قد يشكل بمجموع حروفه المختارة والمكونة له، علامة تجارية فارقة وفقا لمفهوم العلامة التجارية المتفق عليه قانونيا، وهو بالتالي سيخضع إذا ما توفرت فيه الشروط الخاصة الواجب توفرها في العلامة التجارية إلى نظام الحماية الخاص بالعلامات التجارية.

أما العنوان الإليكتروني، وهو مدار الخلاف، فهو لا يتعدى كونه وسيلة للاتصال وتعريف الجمهور والعملاء بالشركة المشتركة إليكترونيا، ولا يؤثر بالتالي على اسم الشركة أو ممارسة أعمالها، وبالتالي أيضاً لا يدخل – كما يعتقد البعض- ضمن الاسم التجاري أو الرمز الجديد المبتكر "الدومين" للشركة المشتركة على الإنترنت، حيث لا يؤثر هذا العنوان على عمل الشركة أو قيامها بمزاولة أعمالها التجارية، اللهم إلا إذا كان هذا العنوان هو الدافع والسبب الرئيسي للقيام بالأعمال التجارية من قبل الشركة المشتركة.

ويرى البعض أن العنوان الإليكتروني يقتصر دوره على تعريف العملاء بمكان تواجد الشركة أو المؤسسة على الإنترنت ليس لكل محل تجاري أو مؤسسة عنوان خاص بها، ويستوي في ذلك أن يكون هذا العنوان عنوانا بريديا عاديا أو عنوانا إليكترونيا. ولهذا فلا يمكن اعتبار الدومين إلا كاسم تجاري أو رمز مبتكر للشركة المشتركة الذي قد يتحول إلى علامة تجارية، إذا توفرت أسباب ذلك أو يبقي كما هو

تسمية جديدة ورمز مبتكر للمؤسسة التجارية المشتركة وعلي الحالتين فإن له نظام حماية مقرر قانونا.

فاعتبار علامة تجارية جديدة أو رمز مبتكر للمؤسسة أو الشركة المشتركة يعني بالضرورة أيضاً خضوعه إلى نظام حماية الأسماء التجارية على الصعيدين المحلي والدولي.

ويميل البعض إلى اعتبار الدومين من ضمن الأسماء التجارية المجردة على أساس أن الدومين يشكل شعار الشركة وعنوانها التجاري، وهذا الشعار أو العنوان هو تسمية مبتكرة أو رمزا يستخدمه التاجر لتمييز مؤسسته التجارية عن غيرها.

ولكون هذا الشعار المبتكر (الدومين) يستخدم في تمييز المؤسسة التجارية، فإنه لا يعدو أن يكون صورة خاصة من صور الاسم التجاري، على الرغم من وجود اختلاف بين الاسم التجاري وهذا الشعار المستعمل لتمييز المؤسسة التجارية وهو ما يبرر انفراد الشعار (الدومين) بأحكام قانونية خاصة به، أما هذا الاختلاف فيتمثل في أن الاسم التجاري يتكون دائما من الاسم الشخصي للتاجر إذا كان فردا عاديا أو من موضوع محل العمل التجاري إذا كان التاجر هنا قضية معنوية (مؤسسة أو شركة).

أما الشعار أو العنوان التجاري فيتكون في الغالب من تسمية مبتكرة أو من رمز معين لتمييز المؤسسة التجارية عن غيرها، وتوضيح معالمها، وتعريف الجمهور بها، وهو ما يتوفر بالنسبة للدومين الإليكتروني.

والعنوان التجاري أو الشعار الوارد ذكره على شبكة الإنترنت (الدومين) قد يشابه إلى حد كبير العلامة التجارية كونه يتضمن رمزا مبتكرا أو جديدا للمؤسسة التجارية وليس هناك ما يمنع من ذلك بل من الجائز والمتوقع عملا وقانونا أن يختار التاجر تسمية مبتكرة يطلقها كشعار لمؤسسة ويتم استخدامها في نفس الوقت كعلامة تجارية فارقة لتمييز بضائعه ومنتجاته بالإضافة لتمييز مؤسسته.

وعليه فإن الدومين يعتبر ضمن التسميات الجديدة والمبتكرة التي يتم اختيارها

من قبل التاجر لتمييز مؤسسته عن غيرها، وتعريف الجمهور بها، إلا أن هذا لا يمنع من استخدامه كعلامة تجارية من قبل مالكه أو اقتصار استعماله على كونه شعار أو رمزا مميزا لمؤسسة فقط واصطفاء علامة أو شعار أو رمز أخر يخص به بضائعه وباقي منتجاته.

وعلي الرغم من اعتبار البعض للدومين تسمية مبتكرة وجديدة للمؤسسة التجارية أو رمزا يستخدم لتمييز هذه الأخيرة عن غيرها وتعريف العملاء بها، إلا إنه يخضع بالنسبة لتملكه واستعماله والتعرف به لنفس الأحكام الخاصة بتملك الاسم التجاري لأنه يعتبر صورة خاصة منه، وعليه فإن الحق في ملكية الدومين يكون للأسبق في الاستعمال مثله في ذلك مثل الاسم التجاري.

كما يعتبر الحق في تملك الدومين حقا نسبيا يقتصر على نوع التجارة التي يزاولها صاحبه، كما إنه مقصور أيضاً من حيث مكان استعماله واستخدامه على القدر الضروري لدرء الخلط أو اللبس.

أما حماية الدومين فتتوفر من خلال شموله بالحماية الجزائية المقررة قانونيا للأسماء التجارية كونه يشكل صورة خاصة من هذه الأسماء، وكذلك شموله أيضاً الحماية المدنية سواء الإجرائية منها (تمكين مالك الدومين من حقه في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة أمام المحاكم المختصة) أو الموضوعية (إمكانية الحكم بالتعويض العادل والشامل والناجز لمن يتم الاعتداء على الدومين الخاص به سواء بصورة مستقلة أو مقترنا ببعض الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع أي اعتداء عليه مستقبلا كالحكم بمنع استعماله أو إضافة بيان إليه ينتفي معه الخلط أو اللبس).

محكمة الإنترنت الجديدة

نتجت عن التطورات التي شهدتها التجارة الإليكترونية في مختلف أنحاء العالم خلافات قانونية عديدة، في مجالات متعددة، وفي مجال الممتلكات الفكرية بشكل خاص، ونظرًا لأن هذه الخلافات تحدث عبر الحدود، وبين جهات من دول مختلفة،

ونتيجة لكثرة حوادث سرقة عناوين المشاهير والشركات الكبرى لاستغلالها في مواقع الإنترنت، فقد تطورت ظاهرة جديدة للتعامل معها، حيث تأسست في ديسمبر 1999 محكمة للإنترنت أصدرت أحكاما في قضايا ارتبطت بوضع اليد في عالم الإنترنت أو الاحتلال الافتراضي Cyberquatting. ويتميز نظام التحكيم الفوري الذي تتبعه المحكمة بانخفاض تكلفته، وسهولة الوصول إليها، وسرعته، وانتشاره العالمي، وسريته التي تضمنها الأساليب الحديثة. وتستفيد المحكمة من إمكانيات الملتيميديا التي توفر إمكانيات اللقاء والتواصل، واستجواب الشهود، وإصدار الحكم الفوري عبر ويب. ولقد أثبت هذا النظام فعاليته في حل الخلافات الخاصة بعناوين المواقع.

وقد جاء إنشاء هذه المحكمة بفعل قيام قررت المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وهي إحدى وكالات الأمم المتحدة تكثيف الحملة ضد المعتدين على أسماء نطاقات الآخرين، ومشاوراتها الدول الأعضاء في المنظمة للتعاون معها من أجل التصدي لتلك المشكلة، وتعزيزًا لقدرة المنظمة على التحكيم في قضايا تسجيل عناوين تحمل أسماء أو علامات تجارية شهيرة على أمل بيعها بعد ذلك بسهولة. وقد ساعدت المنظمة في العام 2000 في وضع "سياسة موحدة لتسوية النزاعات" مثلت أساسا لتسوية الخلافات حول استغلال الأسماء الكبيرة على الإنترنت منذ ديسمبر عام 1999م[(1)]. وتتوقع المنظمة، تقديم تقرير نهائي إلى أعضائها بحلول أبريل من عام 2001م. ويتعين بعد ذلك أن يقر الأعضاء، وعددهم 175 التقرير كي يصبح توسيع نطاق عمليات التحكيم سارياً.

وتتألف محكمة الإنترنت من محامين وخبراء الإنترنت من عدة دول. ويقع مقرها

(1) تستوحي الهيئات القضائية الكثير من قراراتها من "قانون حماية المستهلك من وضع اليد في الفضاء الإليكتروني' الذي أصدرته الإدارة الأميركية في نوفمبر 1998، لكن المشكلة في القرارات القضائية وفي القانون المذكور تكمن في إنه يمنح المؤسسات صاحبة الماركات التجارية المسجلة الحق في "استعادة" أسماء المواقع "المقرصنة"، خصوصا إذا أثبتت أن واضع اليد قام باستغلال الاسم بصورة تهدد مصالحها، وتربك الزبائن والجمهور. أما الأفراد الذين يرون أن هناك من يستغل أسماء فقضاياهم تكون أكثر تعقيدا.

في جنيف بسويسرا، بالقرب من المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية، ولا تعد أحكامها ملزمة قانونا، وأن كانت كافة شركات تسجيل أسماء النطاقات قد وافقت على احترام هذه الأحكام، غير أن المحكمة لا تتمتع بسلطة إصدار الأحكام ألا فيما يخص المواقع الدولية، أي التي تنتهي ب com, org, net، أما المواقع الوطنية مثل المنتهية بـ eg أو ae فلا تدخل في نطاق السلطة القضائية للمحكمة. وتكلف إجراءات المطالبة باسترداد عنوان في الشبكة ما تتراوح قيمته من 1000– 2500 دولار، وقد تلقت الويبو أكثر من 2000 حالة نزاع حول أسماء الحقول منذ بدء نظامها التحكيمي، منها 800 تنظر أمام المنظمة. ويتعين على هيئة التحكيم الفصل في القضية خلال 45 يوما، وإذا أمرت بعدها مستغل الاسم بأن يغير عنوان موقعه يكون أمامه عشرة أيام للطعن في القرار أمام محكمة مختصة يتفق عليها الجانبان. وقد صدرت قرارات في نصف هذه الحالات، وحوالي 80٪ من المشتكين نجحوا في تحويل المواقع المتصارع عليها إليهم. ولا تملك المنظمة أي سيطرة على حوالي 20 مليون اسم موقع مسجلة في العالم، وأقصى ما يمكن عمله هو اقتراح تحكيمها هذا إذا تم القبول به. وقد سبق أن فعلت ذلك في إطار 800 قضية.

وتشكل المنظمة عند تلقيها شكوى هيئة تحكيم مؤلفة من خبراء مستقلين تعترف الأطراف باختصاصها وبإحكامها، ولا يمكن أن تعتبر المنظمة في الوقت الحاضر محكمة عدل دولية متخصصة بسبب غياب معاهدة بهذا المعنى، كما أن الحصول على هذا الأمر بالغ التعقيد من دولها الأعضاء الـ 175، فعدم اعتراف شبكة الإنترنت بحدود الدول، وغياب وجود قانون دولي يحكم هذه الوسيلة الجديدة، يعقدان بشكل كبير عمل المنظمة. ويوضح أحد المسؤولين في المنظمة هذا بالقول أن حماية شركة كوكاكولا لماركتها الصناعية (في السوق العادية) لا يعني تلقائيا أن اسمها سيكون محميا على الإنترنت، خصوصا إذا كان استخدام الاسم يتم للدلالة على شيء آخر مختلف تماما عن المشروبات الغازية.

وكانت المنظمة قد اعتمدت عدة قواعد وأنظمة للحيلولة قدر المستطاع دون حصول عمليات "مصادرة" لأسماء النطاقات على الشبكة الإلكترونية. وقررت المنظمة إنه لقبول الشكوى يجب أن تتوافر في صاحبها ثلاثة شروط لا يمكن الفصل بينها:

1- أن يكون اسم الموقع مماثلا أو قريبا جدا مما يتداخل مع سلعة أو خدمة يكون لصاحب الشكوى حقوق عليها.

2- عدم امتلاك صاحب الاسم المسجل حقوقا أو مصالح مشروعة حيال اسم الموقع.

3- أن يكون اسم الموقع سجل واستخدم بسوء نية.

وفي حال عدم احترام أحد الشروط الثلاثة التي أوجبت المنظمة توافرها في صاحب الشكوى، فإن صاحب الشكوى لا يمكنه أن يحصل على مبتغاه وفقا للقواعد التي اعتمدتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

وبالنظر إلى القضايا التي تنظرها تلك المحكمة، يتبين أن بعض القضايا التي ترفع ضد شركات لا تربطها بالإنترنت علاقة وثيقة، ومن بين تلك القضايا قضية رفعتها شركة ايز شت البريطانية للخطوط الجوية التي تبيع عدد كبير من تذاكرها عبر مواقعها على الإنترنت وعنوانها أيزي جت كوم، إذ قاضت الشركة مالك موقع ايزي جت نت، وهو موقع مخصص لبيع المكانس الكهربائية في ألمانيا.

ولكن الأحكام الأولى التي أصدرتها محكمة الإنترنت الجديدة كانت في صالح تلك الشركات، فقد أمرت المحكمة في كل من القضايا التي نظرتها بأن بتخلي واضعي اليد عن اسم النطاق دون تلقي تعويضات.

أحكام محكمة الإنترنت الجديدة التابعة للمنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية إزاء أسماء المواقع، من بينها:

- كانت الشركة المنتجة لبسكويت "استلادورو" من أوائل الشركات التي رفعت قضية أمام محكمة الإنترنت، نظرا لإقدام شركة أخري تدعي "باترون جروب" في سان

فرانسيسكو على شراء حقوق ملكية عنوان موقع على الإنترنت باسم "استلا دورو. كوم"، ورفضت الشركة صانعة البسكويت شراء العنوان بسعر 2500 دولار، ورفعت الأمر لمحكمة الإنترنت. واتصلت المحكمة على الفور بباترون جروب التي قالت إنها سجلت هذا العنوان لموقع تعتزم تخصيصه في المستقبل لبيع المجوهرات في أمريكا الجنوبية عبر الإنترنت. وقالت الشركة إنها لم تشتر هذا الاسم الذي يعني بالاسبانية (نجمة من الذهب) لإغراض غير قانونية، غير أن هذه الحجة لم تنطل على المحكمة التي أمرت شركة الإنترنت المسجلة لاسم النطاق هذا بالإفراج عنه. وقد رفضت المحكمة دفوع شركة باترون جروب وحكمت لصالح شركة استلا دورو.

- قضت بأحقية النجمة الأمريكية ذائعة الصيت مادونا في استخدام الموقع المسمي باسمها، "مادونا دوت كوم" وحرمان رجل الأعمال الأميركي دان باريزي الذي أنشأ الموقع من حقوق ملكيته.. وهو رجل أعمال مقيم في نيوجيرسي، لديه أيضاً موقع "البيت الأبيض دوت كوم" الذي يحتوي على مواد جنسية مثيرة، ومعروف عنه استخدامه لأسماء شخصيات ومؤسسات معروفة مثل صحيفة وول ستريت جورنال المتخصصة في عالم المال والأعمال، وفي حين قال باريسي أن المغنية ليست سوى واحدة من آلاف النساء اللاتي يحملن اسم مادونا وليست أحق من أي منهن بملكية عنوان (مادونا. كوم)، بينما قالت خبيرة الشئون القانونية لدى مادونا أن (نجمة البوب العالمية غدت أشهر مادونا في العالم وأن لها كل الحق في حماية موقع يحمل اسمها). كما قضت بعدم أحقية باريزي في استخدام أسماء النجوم والمشاهير والمؤسسات المعروفة كأسماء تجارية للمواقع التي يقوم بإنشائها على الإنترنت.
- حكمت المحكمة لصالح الممثلة الفرنسية ايزابيل ادجاني والمغنية سادي، وبحقهما في استغلال اسميهما في دعاوى متعلقة بأسماء مواقع على الإنترنت.
- كما حكمت ضد ديني هامروتون من ولاية فلوريدا الذي كان أول من سجل موقعا على الشبكة باسم موسيقي مشهور، هو جيمي هيندريكس الذي توفي عام 1970،

وقالت المحكمة أن اسم الموقع سجل بسوء نية، وأمرت هامرتون بنقل ملكيته لأسرة الموسيقي الراحل، وأنه مشابه جدا لاسم الموسيقي الذي تملك أسرته حقوق الملكية الفكرية والاسم الخاصة به.

- كما قضت المحكمة بأحقية الممثلة الأمريكية جوليا روبرتس بمنع أي شخص من إطلاق اسمها على أي موقع على شبكة الإنترنت، بعدما رفعت نجمة هوليوود دعوى قضائية على شخص يدعى روسيل بويد متخصص في إنشاء مواقع لا تتعلق باسمه على الإنترنت واحتلالها بقصد التربح منها لاحقا. وقد كان بويد هو أول شخص ينشئ موقعا على الإنترنت تحت اسم جوليا روبرتس. كوم. وقالت اللجنة إن اسم جوليا روبرتس يتمتع قانونا بما تتمتع به العلامة التجارية المسجلة، ومن ثم لا يمتلك بويد أي حقوق أو شرعية في امتلاك موقع يحمل هذا الاسم، و أمرت بنقل ملكية عنوان الموقع إلى جوليا روبرتس خلال 45 يوما، لكنها منحته عشرة أيام للاحتجاج على القرار..
- كما قصت لفريق جيثرو تول لموسيقى الروك بطرد واضعي يد استولوا على أسمائهم على الشبكة، ولا تزال قضايا كثيرين من المشاهير رهن قرار مماثل ومنهم المغنية تينا تيرنر وفرقة جيثرو تول.
- أما في مجال الأعمال فقد ربحت شركات مثل كريستيان ديور ونايكه الألمانية قضايا مماثلة. كما بدأت دار ديور الشهيرة للازياء والعطور ومواد التجميل إجراءات مقاضاة مالكي موقعي ديور. أورج وكريستيان ديور كوزمتيكس. كوم.

ولم يواجه خبراء المنظمة أية صعوبة في إثبات أن اسم "وول ستريت جورنال" استخدم بطريقة تعسفية على يد قراصنة عبر شبكة الإنترنت لتحقيق أرباح كبيرة. كما قام أصحاب موقع بريطاني أطلق عليه اسم "برشلونة" بالطعن بأحد قرارات المنظمة؛ إذ اعتبروا أن سلطات المدينة الإسبانية لا يمكنهم الادعاء بأنهم يتمتعون بحق الملكية على اسم "برشلونة". ورفعت القضية إلى المحاكم.

وتعتبر قضية ياهو من القضايا المعروفة في مجال العلامات المسجلة على الإنترنت، حيث قامت شركة هندية بتسجيل موقع خاص بها، على الإنترنت، تحت اسم ياهو إنديا Yahooindia وقامت هذه الشركة بنسخ المضمون من موقع ياهو إلى موقعها. وهو ما دفع شركة ياهو إلى رفع دعوى قضائية ضد تلك الشركة، على أساس ياهو علامة تجارية معروفة عالميا، وذلك بناء على تسجيلها لاسمها في 69 دولة، الأمر الذي جعل موقع ياهو الأكثر شعبية في العالم. كما تذرعت ياهو بأنها قامت مسبقا بتسجيل الاسم yahoo.com، ولذلك فإن الاسم الجديد yahooindia.com قد يسبب تشويشا أو التباسا لدي مستخدمي الإنترنت، الذين قد يعتقدون إنه فرع آخر لموقع ياهو. وزعمت الشركة الهندية أنها قامت بنشر تنصل disclaimer في موقعها، وأن هذا التنصل يسقط حقوق الغير تجاهها، كونه يوضح للمستخدم، أن لا علاقة لموقعهم بموقع yahoo.com كما احتجت بقولها أن المستخدم هذه الأيام مثقف ولن يلتبس عليه الأمر. كما أن مجرد تمكنها من إتمام إجراءات تسجيل هذه العنوان يعطيها الحماية الكاملة ذلك، بالإضافة إلى عدم وجود قوانين في الهند، لحماية العلامات التجارية في مجال الخدمات الأمر الذي يقف لصالحها. وكان قرار المحكمة الهندية هو أن الإنترنت تخضع لقانون العلامات التجارية، وبذلك تم قبول حجج ياهو، ورفض مزاعم الشركة الهندية. ومن أمثلة ذلك الشكاوى التي رفعتها "ياهوو" ضد شركة "داتا آرت" وآخرين على أساس أن الأسماء التي حجزوها لأنفسهم تثير اللبس لتشابهها مع اسم Yahoo، والمواقع المقصودة هي ayhoo.com وeeeyahoo.com و yahoo.com. وبعض الشركات ترفع قضايا على جهات تسجل أسماء بذيئة وتجعل اسم هذه الشركة جزءا منه، وتكون حجة الشركة في العادة هي أن سمعتها قد تتأثر بسبب الربط بين الشركة وبين هذه البذاءة، وبالتالي فمن حقها أن تطلب بسحب هذا الاسم المضلل من أصحابه.

ومن الأمثلة الأخرى التي حكمت فيه المنظمة لصاحب الاسم التجاري الأصلي، الحكم لصالح اتحاد المصارعة العالمي الذي يملك الموقع www.wwf.com ضد شخص سجل لنفسه الاسم www.worldwrestlingfederation.com، وقد كان حجة المنظمة في

ذلك إنه لم يكن مسموحا في الفترة التي سجلت فيه اسمها أن يتجاوز الاسم أكثر من 22 حرفا، وأن الرجل الذي أخذ الاسم تصرف بنية إجبار الاتحاد على شراء هذا الاسم منه مرة أخرى.

السباق نحو ملكية أسماء المواقع الافتراضية على الإنترنت:

أصبح مصطلح الاحتلال الافتراضي cyberquatting يمثل أحد المصطلحات التي انتشرت مع تطور نسيج العنكبوت العالمي. ويعني هذا المصطلح القيام بحجز عنوان الإنترنت باسم مؤسسة تجارية معروفة أملا ببيع هذا العنوان للمؤسسة في وقت لاحق وبسعر مغر. ويمكن ترجمته للعربية باسم الابتزاز التجاري في الشبكة، وهو يمثل واحدة من أكثر الظواهر كيدا، وإثارة للقلق في الوقت ذاته، في هذا المجال، حيث قام بعض الأفراد، بتسجيل أسماء مواقع، متشابهة أو مطابقة لعلامات تجارية أخري معروفة، وذلك من أجل الاستفادة من شهرتهم أو من أجل إعادة بيع الاسم للمالك الأصلي. وقد أثارت هذه الظاهرة العديد من التساؤلات القانونية بخصوص إمكانية تطبيق القوانين التقليدية، الخاصة بالعلامات التجارية على الإنترنت، بما في ذلك تعريف بعض الكلمات، منها كلمة الاستخدام Use والسمعة reputation والتضليل misleading والروابط التشعبية hyperlinks وواصفات ميتا metatags والتنصل disclaimer بالإضافة إلى العديد من الكلمات الأخرى.

فمع زيادة قيمة أسماء المواقع على الإنترنت بدا منتهزو الفرص في اقتناص أسماء المشاهير لتحقيق كسب سريع، إذ أن النظام المتبع بدرجة كبيرة هو أن صاحب الاسم هو منْ يسجله أولا. ويعد بيع العناوين الإليكترونية ممنوعا إذا كان لماركات معروفة. والحال أن بيع العناوين الإليكترونية للأسماء المعروفة بالمزاد العلني على شبكة الإنترنت أصبح يشكل اليوم جريمة تزوير. وقد حظي هذا النزاع باهتمام كبير، ويمكن اعتبار أسماء الحقول بمثابة عناوين على الإنترنت، حيث توجد الصفحات والبريد الإليكتروني عبر أسماء الحقول. فمثلا فإن عناوين الويب لـ www.yahoo.com، بينما

عنوان الإليكتروني للمؤلف bekhit@yahoo.com فكلاهما يستخدم yahoo.com. وأسماء الحقول أكثر من مجرد عناوين، فلأنه يمكن اختيارهم من قبل المرسل إليه أو عادة ما يكونوا مرتبطين بخدمة خاصة أو منتج معين. ونظرا للشهرة الكبيرة للإنترنت، فإن الشركات أدركت أهمية أسماء الحقول لذا تحاول الحصول على أسماء حقول مرغوبة، حيث بدأت تكتشف بعض الشركات أن اسمهم المفضل قد تم حجزها أو الاعتداء عليها، وأصبح عليهم أما أن تختار اسم مختلف أو يحاربوا للحصول على الاسم الذي يريدونه.

وتنبع المضاربة بعناوين نسيج العنكبوت مباشرة من قواعد إعطائها التي تختلف باختلاف نوع لاحقة العنوان، ففي مجموعة أولى نجد المستوي الأعلى لأسماء النطاق الأساسية top level domains مثل edu.org.net.com والتي يتم إعطاؤها بشكل مستقل عن بلدان المنشأ للموقع، وقد أسفر تطبيق قاعدة تلبية طلب أول من يأتي عن حدوث بلبلة في هذا المجال

وعلى الرغم من بعض المبالغة في تقييم أهمية الأسماء على الإنترنت، إلا أن الصراع الدائر بشأنها، والذي يرتدي أحيانا طابعا شرسا، وتنفق فيه ملايين الدولارات، يشير إلى أمرين: الأول هو أن أعداداً متزايدة من البشر تولي اهتماما بما هو موجود على الشبكة، وأن أوساط الأعمال مدركة لهذا الاهتمام، وتسعى إلى الاستجابة له بتوفير مدخل سهل لمواقعها، أمام مستخدمي الإنترنت. والأمر الثاني هو ان الإنترنت قد تكرست كجزء عضوي في حركة التجارة العالمية، وأن المواجهات القضائية التي تدور هذه الأيام تصب في إطار "رسم الحدود" بين مدعي الملكية في العالم الافتراضي الجديد، وأن هذه المواجهات قد تنتهي أو تتقلص إلى حد بعيد بعد إثبات حقوق المالكين وأصالة ادعاءاتهم.. وفي هذا المجال القائم على الاحتمالات، برزت أعداد متزايدة من الشركات التي تعتمد في أعمالها على مساعدة مالكي هذه الأسماء على بيعها في حالة عدم رغبتهم فيها، أو انتهاء حاجتهم لها.

ومن جهتها اتخذت المنظمة العالمية للملكية الفكرية ويبو منذ 1999 إجراءات تخفف من وتيرة التسجيل غير المشروع لعناوين النسيج، ففي شهر نوفمبر 1999 اضطر الشخص الذي حجز عنوان www.lankome.com للتخلي عنه نتيجة دعوى قضائية أقامتها عليه شركة لانكوم الفرنسية الشهيرة لمستحضرات التجميل (لأن العنوان يشبه اسمها lancome رغم وجود الموقع في دولة ليتوانيا.

ومن الحالات التي تذكر في هذا المجال حالة المقاول الأمريكي في مدينة هيوستن الذي حقق رقماً قياسياً عالمياً في عام 2000، عندما باع عنوان موقع على الإنترنت (بزنس. كوم) (العنوان فقط وليس الموقع نفسه) بمبلغ 7.5 ملايين دولار. وكان المقاول مارك استروفسكي قد اشتراه قبل اقل من ثلاث سنوات من شركة تزويد خدمات الإنترنت يقع مقرها في لندن بمبلغ 150 ألف دولار فقط ليبيعه بهذا المبلغ الخيالي لشركة (أي. كومبانيز) المتخصصة بتطوير أعمال التجارة الإلكترونية، ويبدو مبلغ 7.5 ملايين دولار خيالياً، لكن قبل ثلاث سنوات كان مبلغ 150 ألف دولار لقاء عنوان موقع ثمناً باهظاً جداً. ويقول استروفسكي: (الجميع اتهموني بالحمق عندما اشتريت الاسم بـ 150 ألف دولار، حيث ظن الناس أني فقدت صوابي، لكن ها أنا ذا استعيد نقودي مضاعفة مئات المرات). وقال جاك واينباوم مؤسس الشركة التي اشترت العنوان أن اسم (بزنس. كوم) يستحق هذا المبلغ لأنه سيوفر على الشركة ملايين الدولارات من تكاليف الإعلانات.

ومن العناوين التي كانت مطروحة للبيع عنوان الإنترنت www.flu.com (ويقصد بكلمة Flu مرض الأنفلونزا) وهو معروض للبيع، ويظن مالكيه إنه يساوي 1.4 مليون دولار. وقد نشأت قيمته التقديرية من أن مثل هذا الاسم سهل التذكر، ويكون في العادة مرغوبا. ولأن عنوان flu.com وجميع الأسماء الجذابة الأخرى التي تنتهي بالرمز "com." قد تم بالفعل تسجيلها، فإن قيمة هذه الأسماء غير المستعملة قد ارتفعت بشكل حاد.

ولكن ليس في كل الحالات يعد حجز الأسماء أمر مربحا، فمنذ عام 1995 قامت شركة «بروكتر وغامبل» بتسجيل المئات من الأسماء العامة المماثلة، مثل beautiful.com/ و scent.com/ ، وبعد خمس سنوات أدركت هذه الشركة أنها ليست بحاجة لهذا العدد الكبير من أسماء المواقع، وقررت بالتالي أن تبيعها، بواسطة GreatDomains.com التي تتولى مهمة القيام بإجراءات البيع. وما زالت الشركة تحتفظ بأسماء تخص منتجاتها المعروفة مثل Crest.com/ و Pringles.com/ ، أما الآن فقد أدرك مسؤولوها أن للأسماء غير المستعملة قيمة مالية.

ومن الظواهر الجديدة أيضاً، بروز شركات تقوم بإعادة بيع الأسماء، مثل GreatDomains.com و Afternic.com اللتين تتقاضى كلتاهما رسوما لخدمة التوسط بين البائع والمشتري.

وفي العالم العربي، انتبه شخص عربي قبل عدة سنوات إلى أهمية تسجيل أسماء المواقع، فسجل لنفسه العديد من المواقع لأسماء شركات عربية كبرى في الدول الخليجية، وبعد أن تنبهت هذه الشركات إلى ضرورة حجز أسمائها على الإنترنت، فوجئ العديد منهم بأن اسم شركته غير متوفر، وأنها باسم شخص لا علاقة له بهذه الشركات، ثم بدءوا بتلقي عروض تطلب مبالغ مرتفعة مقابل تنازلها عن هذه الأسماء لهم. ولكن هذه الشركات رفضت هذه العروض، ولم ترضخ لمطالبه، وهو ما أدي به للتنازل عنها خوفا من تعرضه لخطر الفشل في مواجهة القضايا القانونية التي واجهته، فاستسلم مقابل أن تدفع له كل شركة، ترغب في استعادة اسم موقعها الرسوم المعتادة التي سددها لشركة نتيورك سولشينز.

وقد بدأت تظهر بوضوح الأضرار التي يسببها الاحتلال الافتراضي للعناوين إلى درجة دفعت بنتوروك سولوشنز إلى إنشاء موقع www.domainmagistrate.com على النسيج ليلعب دور الوسيط الافتراضي لحل النزاعات الناتجة عن العناوين، ولا يتمتع هذا الموقع بأي صفة قضائية، إذ يقتصر دوره على المعاملات الإدارية التي لن تساهم في

حل النزاع إلا إذا كان التزوير واضحا في العنوان. وفي حال عدم نجاح هذه الوساطة يمكن للمشتكي أن يلجأ إلى القضاء إذا رغب في ذلك، وكان مستعدا لتحمل النفقات الكبيرة والوقت الضائع.

كما بدأت بعض الدول تتخذ إجراءات ضد الأشخاص الذين يحتكرون الأسماء على الإنترنت، فمثلا أعدت الصين قواعد جديدة مشددة بشان أسماء تسجيل المواقع على شبكة الإنترنت، بعد نزاعات قانونية بين شركات منها مايكروسوفت و بروكتر آند جامبل، حيث أصدرت محكمة الشعب العليا في بكين قواعد ترمي إلى تضييق الخناق على عمليات التسجيل "الملتوية" لأسماء مواقع. حيث يسجل الصينيون عناوين شركات عالمية شهيرة على شبكة الإنترنت بإضافة (سي. إن) رمزا إلى اسم الصين، ثم يعرضون بيع هذه الأسماء مقابل مبالغ كبيرة من الأموال، و تنص القواعد الجديدة على إنه لن يسمح لأي "شخص يحدث عن عمد خلطا بين اسم موقعه و اسم ماركة تجارية شهيرة لإرباك الناس بغرض المساعدة على بيع بضائع أو تحقيق هدف آخر"، مشيرة إلى إنه سيقع تحت طائلة القانون، ومن بين هذه العقوبات الغرامة المالية.

الجوانب القانونية للأعمال الموسيقية عبر الإنترنت

في هذا العصر الذي يرتكز أساسا على شبكة المعلومات الإليكترونية والتقنيات الإليكترونية والرقمية؛ أخذت الموسيقى أو المادة الموسيقية مفهوماً مغايراً، فمن الآلات البدائية التي كانت تصدر الأمواج الصوتية لكي تحفظها طيات الطبيعة والذاكرة البشرية؛ جاءت مادة (الريل) لتحفظ المادة الموسيقية في الاسطوانات والأشرطة، والتي كانت تعتبر في السابق تقنية عالية. وقد حمل لنا العصر الرقمي، تقنية حفظ المادة الموسيقية بملفات رقمية إلكترونية، والتي تحمل الكثير في طياتها. وباتت الآن الموسيقى أو الأمواج الصوتية مُحكمة أو مختزلة بما يعرف بالموسيقى الرقمية، حتى غدا تسويق الأنغام والألحان الموسيقية بواسطة شبكة الإنترنت من أكثر النشاطات التي تبشر بإمكانات التوسع والازدهار خلال السنوات القليلة المقبلة، لما توفره من الألحان

والأفلام الفيديوية الموسيقية المتنوعة التي يمكن استعمالها على أجهزة كمبيوترية شخصية أو يدوية، وتحويلها إلى سواقات التسجيلات الموسيقية أو إلى الأجهزة الخلوية أو إلى أجهزة الراديو في السيارات وغير ذلك. ويتوقع في هذا المجال ازدياد البرامج الشبكية التي تستغل الاتصالات السريعة لتوزيع ملفات الوسائط المتعددة بين المستخدمين. وكذلك ستؤدي التطورات إلى دخول قوي لشركات الإنتاج الفني إلى الإنترنت للمحافظة على مواقعها.

وبالرغم مما تحمله الموسيقي الرقمية، من تطورات كبيرة في عالم الموسيقي وشعبيتها، فإن العائق الكبير الذي ما يزال يحول دون انتشارها عبر الإنترنت على نطاق واسع، يكمن في خشية الشركات المتخصصة بالتسجيلات الموسيقية، من أن تشكل شبكة الإنترنت وسيلة سهلة لقرصنة الألحان، وحرمان الشركات من عائداتها المشروعة من بيع الموسيقي والألحان التي تمتلك حق استثمارها، ولذلك جري العمل خلال السنوات الأخيرة على تطوير أنظمة لتشفير البيانات الموسيقية، تسمح بالتحكم بعمليات توزيع الألحان عبر الإنترنت مع تحديد مراكز وأوقات وشروط إنزالها من على الإنترنت، وتحديد أسعار الإنزال وفق طريقة محددة، وما إذا كانت تتضمن إعلانا تجاريا أم لا، كما أن هذه التقنيات تسمح بتعقب توزيع قيمة بيع الألحان الموسيقية في ما بين الأطراف الداخلة في عملية استيفاء البدل من شركات إصدار البطاقات الائتمانية، بدءا بشركات تزويد خدمات الإنترنت، وصولا إلى الشركات المنتجة للأشرطة الموسيقية، والي المؤلفين الموسيقيين، وبذلك يصبح بالإمكان تسديد حقوق الملكية الأدبية إلى المؤلفين الموسيقيين. وأبرز هذه الأنظمة هو نظام " أم بي 3" MP3، ونظام وندوز ميديا بلاير windows media player من شركة مايكروسوفت، ونظام ريل أوديو بلاير Real Audio Player من شركة ريل نتوروكس Real Networks. ويتضمن نظاما وندوز ميديا بلاير وريل أوديو بلاير برمجيات تشفير تسمح بالمراقبة وبالتحكم باستعمال اللحن الموسيقي، في حين أن الأجهزة المتوافقة مع نظام أم بي 3 لا تسمح للمستمعين بأن يتشاركوا في ملفات البيانات الموسيقية من غير أن يسددوا بدلات حقوق التأليف.

وتتوافر حاليا العشرات من الألحان الموسيقية المخزنة وفق نظام أم بي 3 مع تسديد الحقوق الخاصة بها، إلا أن هناك أيضاً نحوا من مليون لحن موسيقي على الإنترنت تطرح مجانا، ومن دون تسديد أية حقوق. وتمتاز ملفات (MP3) بنقاء النوعية الصوتية وسهولة التحميل، ولا تشغل حيزاً كبيراً في أقراص الأجهزة المنزلية هذه التقنية العالية التي أتاحت لمستخدم الشبكة المعلوماتية حفظ وتخزين خيارات واسعة من الملفات الرقمية الموسيقية، وهو ما أدي من جهة أخري، إلى انتشار ظاهرة قرصنة الموسيقي على الإنترنت، حيث ذكر الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات International Federation for the Phonographic Industry بأن مبيعات التسجيلات الموسيقية قد تراجعت بنسبة 4٪ بين 1998 حين بلغت 38 بليون دولار و 1999 حين بلغت 36.5 بليون دولار، وتقدر الخسائر التي تكبدتها الشركات الموسيقية بسبب القرصنة على شبكة الإنترنت بنحو 4.5 بليون دولار عام 1999.

وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لظاهرة انتشار الموسيقي الرقمية، إلا أن النظام الجديد بات يشكل حافزا لها للدخول بقوة في مجال تسويق الألحان عبر الشبكة، ومن وقت لآخر تنشب حرب تجارية حقيقية بين الأنظمة المختلفة لإنزال البيانات الموسيقية، وذلك على نحو مماثل للمنافسات الشديدة التي حصلت بين أنظمة التصفح التي طرحتها كل من مايكروسوفت ونتسكايب، وذلك بهدف اجتذاب الشركات الموسيقية لتعتمدها. وتحبذ شركات الإنتاج الموسيقي وجود عدة أنظمة لتنزيل البيانات من أجل منع تفرد شركة واحدة لتسيطر على الأسواق، وفرض الأسعار التي تريدها. والنتيجة الحتمية لهذه التطورات المرتقبة هي أن المستهلكين سوف يعتمدون في المستقبل على أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الأخرى المرتبطة بالإنترنت، وخصوصا الأجهزة الخلوية من أجل تشغيل تسجيلاتهم الموسيقية، وبالتالي فإن استعمال الآلات الستيريوية المنزلية التقليدية سوف يتقلص بصورة تدريجية خلال السنوات المقبلة، مع العلم أن الأنظمة السابقة تتيح تسديد بدل الاستماع بصورة فورية مع تحويل الحسابات على الشبكة.

وقد أثار استخدام انتشار توزيع الموسيقي الرقمية عبر الإنترنت، الكثير من النزاعات القانونية، في الوقت الذي تشبه الملاحقات القضائية بشأن نشر الموسيقى على مواقع الإنترنت العالمية محاولة القبض على العصافير المغرّدة من مواقع مختلفة في الجو، وإدانتها لتقليدها لحناً معروفاً. بدت الساحة، وكأن ثمة طرفان يتصارعان هما: مستهلك يسعد بتلقي وانتقاء سلعته الموسيقية بالمجان وبأفضل المواصفات التقنية وبخيارات لا نهائية، ومنتج ينادي بتطبيق المفهوم الأخلاقي لحقوق الملكية.

ونجم عن هذا الصراع، طرفان متناقضان، الأول يعتبر توزيع المقطوعات الموسيقية والأغاني مجاناً من المواقع سرقة صريحة يجب مقاطعتها، والثاني افترض أن بيئة الإنترنت تشكل منبراً لرفع شأن الفنانين وشهرتهم، إضافة إلى اعتبار نشاط ملفات الموسيقى والأغاني حقاً لمستخدمي الإنترنت، وأن ما ينطبق على السوق المادية لا ينطبق على السوق الافتراضية. حيث يقول المدافعون عن فكرة ترويج الموسيقى عبر الإنترنت مجاناً، أن بيئة الإنترنت تفسح المجال أمام سنّ قوانين جديدة تحرّر الاحتكار الطويل أحيانا لموسيقى أصبحت من التراث الوطني لبعض الدول. كما أن الشركات المالكة لحقوق نشر العديد من الأغاني المشهورة القديمة تبالغ كثيراً في أسعار الأقراص المدمجة الرائجة. وثمة أصحاب مواقع يقولون إنه إذا دخلت شركات الإنتاج الفني، إلى بيئة الإنترنت وأنشأت مواقع وسوّقتها جيداً فإنها ستدخل عالماً جديداً حافلاً بالتقنيات لنشر الأعمال الموسيقية. وستبقى في الوقت نفسه أهمية ترويج الأغاني الجديدة عبر وسيلة نشر واسعة الاستهداف، وتوفّر بذلك شركات الإنتاج والتوزيع ملايين الدولارات على مشاريع قد تفشل أحيانا بسبب فشل الأغنية أو المقطوعة الموسيقية. فما يحدث اليوم هو في الواقع احتضار لأنظمة وأساليب بدأت تصبح قديمة وغير مستعملة.

وقد أثيرت قضية حقوق الملكية الفكرية والموسيقي الرقمية على الإنترنت، بكثافة في الشهور الأخيرة، وتناولتها وسائل الإعلام المختلفة، وتصدرت عناوين صحف ومحطات فضائية معروفة حتى بات تعبير Illegal Download (سحب أو تنزيل الملفات

بطريقة غير شرعية) مألوفاً. في وقت لا تحفظ فيه الحقوق الفنية للعديد من الأعمال الموسيقية في العديد من الدول، بل أن بعضها لا يعترف أصلا بحقوق فنية لأن قوانينه متخلفة عن هذا الركب. ومن هنا ظهر التساؤل: هل يمكن وضع قوانين تحكم السلوك القانوني لتوزيع مقاطع موسيقية وأغاني عبر الإنترنت لجمهور يقدّر بنحو 400 مليون مستخدم عالمياً؟ في هذا المجال، تأتي التجربة الأميركية لتشكل مثالاً متميزًا للإجابة عن هذه التساؤل، وتمثل قضية موقع نابستر مثالاً ممتازًا في هذا الصدد.

بداية نابستر:

بدأ موقع نابستر التابع لشركة نابستر نشاطه في يونيو 1999، بمدينة كاليفورنيا، وذلك بطرح برنامج كمبيوتري مجانا على موقعه، يتيح لمن يحصل عليه تبادل تسجيلات موسيقية مخزنة في أنظمة كمبيوترية مع هواة آخرين، ويستخدم هذه الخدمة الملايين يوميا. و"نابستر" Napster هو اسم برنامج موسيقي يعمل بالتوافق مع الإنترنت في سحب ملفات من أجهزة المستخدمين عالمياً. حيث نجحت شركة نابستر في ابتكار هذا الأسلوب الجديد لتوزيع التسجيلات الموسيقية من الند إلى الند peer to peer computing، حيث يضع أي مشترك في النظام الكمبيوتري التسجيلات الموسيقية التي لديه، والتي تكون مخزنة في جهاز كمبيوتري دليل عام، بحيث يستطيع جميع المشتركين في النظام استعمالها. وتسمح نابستر للمشتركين لديها بالحصول على ما يريدون من تسجيلات موسيقية من دون الاضطرار لشرائها من الشركة صاحبة حقوق الملكية الأدبية. ففكرة البرنامج تقوم على أن يتشاطر مستخدمو الإنترنت ملفاتهم الموسيقية، مع إمكانية تبادلها عبر خطوط الشبكة.

ومنذ انطلاقه ساهم "نابستر" في نشر الأغاني القديمة والجديدة وحتى النادرة مع المقطوعات الموسيقية المختلفة في أرجاء العالم في شكل غير مسبوق تاريخياً. إذ يكفي بعد أن تحصل على البرنامج مجاناً من موقعه، وتزوّد جهازك إياه أن تحدد اسم أغنية أو مقطوعة أو أي ملف موسيقي، لكي يبدأ محرك التفتيش الذي يمتاز به البرنامج عملية

تفتيش واسعة. وتشمل العملية كل كومبيوتر موصول بالشبكة ومجهّز ببرنامج نابستر. وبعد عملية التفتيش التي قد تستغرق دقائق أو ساعات سيصبح في متناولك مجموعة ملفات موسيقية بعضها كان مستحيلاً حصولك عليها لولا "نابستر". وفي المقابل، ستأتيك طلبات من مستخدمين في العالم للحصول على بعض الموسيقى أو الأغاني التي تكون موجودة على جهازك. ويعرف المستخدمون بوجود هذه الملفات لديك بواسطة "نابستر" الذي يعلن عن كل ما لديك في "مجلّد" Folder خاص تكون قد حددته للمشاركة الشبكية مسبقا، ووضعت فيه كل الملفات الموسيقية التي تشاطرتها مع غيرك من المستخدمين.

وقد عرف مشروع نابستر النجاح بسرعة، وهو الأمر الذي أثار حفيظة الشركات المنتجة للتسجيلات منذ البداية، وقد دارت مفاوضات بين نابستر، وتلك الشركات من أجل التوصل إلى صيغة تعاون وتنسيق حول كيفية توزيع الموسيقي عبر شبكة الإنترنت على نحو لا يضر بمصلحة أي طرف، إلا أن هذه المفاوضات وصلت إلى طريق مسدود في نهاية نوفمبر 1999. ورفعت جمعية صناعة التسجيلات في أمريكا" آر أي أي أي " Recording Industry Association of America, RIAA دعوى قضائية ضد نابستر تتهمها فيها بتسهيل عمليات القرصنة الموسيقية الجارية على شبكة الإنترنت في ديسمبر 1999، وطالبت الشركة بتعويض مقداره 100 ألف دولار، كلما تم نسخ تسجيل موسيقي عن طريق نابستر. لكن لم تسفر هذه الدعوى عن شيء ملموس سوى زيادة زوار موقع الشركة على شبكة الإنترنت لأكثر من 20 مليون نسمة خلال عام 2000. ورغم تأييد محكمة الاستئناف الأمريكية لأمر قضائي لنابستر بالامتناع عن وضع كل ما يمس حق النشر لأعضاء الرابطة على موقعها على الإنترنت، واصل مستخدمو الشبكة التردد على الموقع، وكأن شيئا لم يكن. وما لبثت دائرة النزاعات والدعاوى أن اتسعت لتشمل أيضاً الجامعات الأمريكية والفرق الموسيقية، حيث عمدت بعض هذه الجامعات إلى منع التعامل مع نظام نابستر على الشبكة الكمبيوترية الخاصة بها، لأن إقبال الطلاب الشديد على هذا النظام أدي إلى خنق الطاقة الاستيعابية للشبكة بها، مع

عدم إمكان استعمالها بصورة مجدية للأعمال الجامعية. بينما دافع هواة الموسيقي عن نابستر بتنظيم عرائض عبر الإنترنت تطالب برفع الحظر عنها، في وقت حاولت فيه نابستر التوصل إلى تسوية مع خصومها بغية التوصل إلى حل مرض لجميع الأطراف، وطرحت فكرة بيع حصة من نابستر إلى شركات الإنتاج الموسيقية، إلا أن هذه المفاوضات باءت بالفشل، لعدم رغبة شركات الإنتاج الموسيقي بالتوصل إلى مثل هذا الحل.

وانقسم حول هذا النزاع أباطرة صناعة التسجيل التي يقدر حجمها بمليارات الدولارات، فالبعض يتهم نابستر بتشجيع السرقة والقرصنة عبر شبكة الاتصالات الدولية، والبعض الأخر يرى أنها تساهم في زيادة شعبية صناعتهم. بل أعرب بعض القائمين على صناعة التسجيل عن قلقهم من فشل المفاوضات مع نابستر لأنهم يدركون أن التعاون مع الشركة، قد يكون فرصتهم الأخيرة لاقتطاع جزء من (كعكة) عائدات الموسيقى على الإنترنت. في وقت ترى فيه نابستر أن عملها يساعد صناعة التسجيلات الموسيقية ولا يضر بها، حيث أن خدماتها تؤدي إلى ترويج الألحان الموسيقية، وترد شركات الإنتاج الموسيقي بأن عمل نابستر يخالف قوانين الملكية الأدبية، ويؤدي إلى تشجيع المستهلكين على عدم شراء التسجيلات، وعلي اعتبار آن الاستماع إلى الموسيقي يجب أن يكون مجانيا، في حين تقول نابستر بانتا لا تحقق أرباحا من عمليات تبادل التسجيلات الموسيقية، وإنما تساعد الفنانين الجدد على ترويج أعمالهم وتعزيز شهرتهم، ويرد خصوم الشركة بأن كل أعمال نابستر هي بمثابة عمليات قرصنة، وأن 87٪ من الملفات الموسيقية التي يتم إنزالها بواسطة نابستر تخرق قوانين حماية الملكية الفكرية. وتؤكد نابستر أن نشاطها يمهد الطريق أمام خلق سوق رقمية لتوزيع التسجيلات عبر الإنترنت، فيما يرد أصحاب التسجيلات بان عمل نابستر يؤدي إلى جعل المستهلكين يرفضون أن يسددوا قيمة التسجيلات طالما أنهم قادرون على الحصول عليها مجانا.

ولم تتوقف النزاعات القضائية، حيث طالبت جمعية صناعة التسجيلات الموسيقية في أمريكا بمنع تبادل جميع التسجيلات الرئيسية بواسطة نظام نابستر، لذا سعت نابستر

إلى التعاون مع شركة ليكويد أوديو Liquid audio لتطوير تكنولوجيا تتيح تنزيل البيانات الموسيقية من الشبكة على نحو يحفظ حقوق الملكية الأدبية، مع تجديد شبكة نابستر لمفاوضاتها مع شركات الإنتاج الموسيقي، وإنما على نحو أكثر إيجابية وأقل تصادمية هذه المرة مع التطلع إلى التوصل إلى حل يأتي في مصلحة جميع الأطراف. وفي بداية 2001 صدر حكم رد على جميع حجج نابستر مع إلزام الشركة بالتوقف عن طرح تسجيلات موسيقية محمية عبر نظامها بعد مرور يومين على تبلغ الحكم، وأتي الحكم بمثابة ضربة قوية موجهة إلى نابستر إلا أنها ردت بسرعة، وتقدمت بطلب لاستئناف الحكم التمهيدي. وصدر في 28 يوليو قرارا استئنافيا تمهيديا قضي بتعليق أمر إيقاف أعمال نابستر، وذلك قبل تسع ساعات من وضع قرار الحكم الأول موضع التنفيذ، وقد استقبل القرار الاستئنافي بترحاب بالغ من قبل محبي نابستر، الذين اعتبروه نصرا كبيرا لهم، إلا أن قضية هذه الشركة لم تنتهي عند هذه النقطة. في المقابل استطاعت شركة نابستر أن تتملص من أية عقوبة بسبب نشاطاتها، مدعية أن السبيل الوحيد أمام هذه الشركات هو تسوية نزاعاتها مع نابستر من أجل تسوية المشاكل المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية الخاصة بمنتجاتها. وأعلنت الشركة عن اعتزامها الحصول على اشتراكات مالية من الأعضاء، للاستمرار في دفع حقوق ملكية للفنانين الذين تستغل أعمالهم على الإنترنت بواسطة برمجياتها.

ومؤخرا قدمت شركة نابستر عرضا لشركات التسجيلات الأميركية قيمته مليار دولار أميركي مقابل تسوية النزاع القضائي الذي قد يجبر الشركة على إنهاء نشاطها، بينما قالت شركات وارنر، وبي إم جي، وسوني، ووارنر، ويونيفرسال إن شركة نابستر كلفتهم مليارات الدولارات بانتهاكها لحقوق الملكية، لكن نابستر تقول إن مستخدميها لم ينتهكوا تلك الحقوق، وحتى مارس 2001، لم تتوصل سوي شركة بي إم جي فقط إلى اتفاق مع نابستر بحيث صارتا شريكتين تجاريتين، وأعلنت شركة بيرتيلسمان، وهي الشركة الأم بالنسبة لـ بي إم جي، أنها ستجعل التسجيلات الخاصة بها متاحة على موقع نابستر إذا تحولت الأخيرة إلى شركة تقدم خدماتها عبر الإنترنت إلى الأعضاء فقط.

وتقول نابستر إن عرضها بدفع مليار دولار لشركات الموسيقى يرتكز على عدد الملفات الموسيقية التي بودلت من خلال الخدمة التي تقدمها، لكن رئيسة رابطة صناعة التسجيلات الموسيقية الأميركية قالت إن نابستر يجب أن تقبل الأمر الفيدرالي بأن تمنع انتهاك حقوق الملكية عبر الخدمة التي تقدمها. ويقول مراقبون أن عرض التسوية الذي قدمته نابستر لا يقترب من القيمة التي تعتقد شركات التسجيلات الموسيقية أن نابستر مدينة لها بها.

لكن إقرار القضاة بأن الموقع يشجع مستخدميه على انتهاك حقوق الناشرين، والطلب إلى المسؤولين عنه منع التبادل المجاني للملفات الموسيقية التي يحميها قانون حماية الملكية الفكرية، يشكلان هزيمة كبيرة للشركة قد تؤدي إلى تقلص خدماتها وقد تؤدي إلى توقفها، حيث قالت المحكمة "إنه ما لم يمتثل نابستر للحكم، فقد تجد الشركة نفسها في مواجهة تهمة الانتهاك غير المباشر لقانون حماية الملكية الفكرية. وقد استأنفت "نابستر" الحكم، ورغم ذلك خلص المحللون الذين اطلعوا على القرار إلى "إن ذلك لا يعني سوى أمر واحد: وهو بدء انهيار عصر الموسيقى المجانية على الإنترنت واختفاء موقع نابستر". وقد وعى المسؤولون في الشركة خطورة الموقف، فدقوا ناقوس الخطر في بيان لهم إثر صدور قرار المحكمة قالوا فيه أن أملهم خاب، وانهم لا يملكون إمكانات التمييز بين الملفات المتداولة بين مستخدمي الموقع في الفضاء الافتراضي، وتحديد ما هو محمي منها بقانون الحماية الفكرية، وما هو عكس ذلك"، وباستثناء لجوئهم إلى المحكمة العليا لن يكون أمامهم سوى خيار واحد، هو إغلاق الموقع سريعاً، غير أنهم قالوا أنهم سيسلكون كل الطرق القانونية لمنع حصول هذا الأمر". وبالرغم من أن قرار المحكمة لا ينص بشكل صريح على إيقاف موقع نابستر عن العمل بشكل نهائي، إلا أن شركات النشر الموسيقي اعتبرته نصرا لها. وقال أحد محامي جمعية شركات تسجيل الأسطوانات الأمريكية إن القرار بمثابة إعلانًا عن موت شركة نابستر وانتهاء فترة استخدامها كوسيلة لسرقة الموسيقى.

وفي نهاية أبريل 2001 هددت قاضية فيدرالية أمريكية بإغلاق موقع نابستر للموسيقى إذا لم يشدد إجراءاته لمنع الوصول إلى الأغاني التي تتمتع بحقوق الطبع، ووصفت القاضية إجراءات نابستر بأنها "مخزية" غير أنها أجلت قرار إصدار حكم نهائي إلى حين سماع رأي مستشار فني تم تعيينه مؤخرا من قبل المحكمة، ولمحت بأنها لن تعتبر المستثمرين في الموقع مسئولين عن الخسائر التي يمكن أن يجبر موقع نابستر على دفعها لشركات الموسيقى بسبب انتهاكه حقوق الطبع.

وعلى إثر قرار المحكمة الأمريكية بمنع موقع نابستر المتخصص بتوزيع الموسيقى على الإنترنت من التعامل بالملفات الموسيقية المحمية بحقوق النشر والتوزيع، صادق البرلمان الأوربي على عدة مقترحات ستحال إلى مجلس وزراء الاتحاد الأوروبي للتصديق النهائي عليها، تمنح أصحاب الأعمال الحق في استخدام الطرق التكنولوجية - كالتشفير مثلا - لمنع استنساخ الأعمال محفوظة الحقوق، ولمنع نقل تسجيلات الصوت والصورة من الإنترنت بصورة غير قانونية. وكانت المقترحات قد تعرضت لانتقادات من منظمات تمثل الموسيقيين وصناعة التسجيلات والمستهلكين، والتي وصفتها بأنها هشة، بينما قالت جماعات الدفاع عن المستهلكين إنها انتهاك لحرية الأفراد. وقد خضعت المقترحات الأوروبية لعمليات تعديل لإرضاء جميع أطراف النزاع. ويعتقد الفنانون أن التشريع الجديد غير فعال، وليس بإمكانه منح الحماية الكافية لأصحاب الحقوق من القرصنة. ويرى الرئيس التنفيذي لاتحاد التسجيلات الصوتية أن القانون فاشل لأنه يسمح بالاستنساخ الخاص، بينما يقول أصحاب مشروع القرار إن المستخدمين الخاصين سيسمح لهم باستنساخ مواد أصبحت بحوزتهم، لكن التشريع سيضيق من إمكانية توزيع النسخ. وكان جورج مارتن، المسؤول عن إنتاج فرقة البيتلز، من بين من شكلوا مجموعات ضغط على البرلمان الأوروبي لتشديد الإجراءات. وقال إن المتضررين ليسوا النجوم اللامعة في عالم الفن بل مئات الآلاف من الفنانين الجدد الذين يسعون إلى تثبيت خطواتهم في هذا المجال. كما تعرض التشريع إلى انتقادات من ممثلين وكتاب وموسيقيين، باعتباره يسمح للمؤسسات الإذاعية باستخدام أرشيف المواد الفنية في

الإنترنت والتلفزيون التفاعلي مقابل أثمان بخسة. ووصف عدد من هؤلاء التشريع في رسالة إلى صحيفة التايمز بأنه بمثابة تقنين للسرقات. وأعربت الاتحادات المعنية بالفن والآداب عن قلقها من أن توفر أرشيف رخيص الثمن سيحد من الطلب على الأعمال الأصلية.

وبالرغم الصراع القضائي، بقيت مسألة برنامج نابستر عالقة، فهو لا يروّج المواد المسروقة بل يساعد المستخدمين على تبادل ملفاتهم. فكيف سيعرف صاحب نابستر ماهية المواد التي سيتبادلها المستخدمون؟ فالأمر يشبه إدانة رجل لأنه باع شاحنة استخدمت في ما بعد لنقل المواد المسروقة. فأين مسؤولية البائع؟ ولماذا سنضعه في زاوية الإدانة؟ في وقت يرى فيه بعض الخبراء، إن تضييق الخناق على شركة نابستر العملاقة، قد يأتي بنتائج عكسية ويضرب صناعة التسجيلات في مقتل. وأن القضاء على نابستر لن يفيد صناعة التسجيلات بالضرورة بالنظر إلى توقع ظهور تقنيات عديدة أخرى قد لا يكون بالإمكان وقفها، في حين أن وجود صيغة تفاهم بين نابستر والشركات الموسيقية يعني التوصل إلى بداية حل تسمح بتنظيم قطاع بث ونشر وتوزيع الموسيقي عبر الإنترنت.

بيد أن الخطورة في الوسيلة الجديدة التي تتبعها نابستر، هو أن تطبيقاتها يمكن أن تتعدى نطاق مجرد تبادل التسجيلات الموسيقية في المستقبل لتشمل تطبيقات معلوماتية أخري مثل تخزين البيانات والمشاركة في الملفات وأعمال المعالجات البيانية، كما يمكن أن تؤثر على حماية حقوق النشر على الإنترنت، إذ قد تمتد إلى الكتب والأفلام السينمائية والتلفزيون.

أما قضية أم بي ثري كوم، وهو موقع يبث الموسيقي عبر الإنترنت، وقد أصدر قاضي أمريكي حكمًا يقضي بأن الموقع قد خالف حقوق الطبع لشركات الموسيقى. وقضي بدفع تعويضات يمكن أن تصل إلى مليارات من الدولارات. وكانت شركة يونيفرسال ميوزيك قد رفعت دعوي ضد الموقع تطالب فيها بتعويضات كبيرة من

أجل منع مخالفات حقوق الطبع الأخرى.. وكانت شركة يونيفرسال هي الوحيدة التي أصرت على الاستمرار في رفع القضية بعد ما استطاعت إم بي ثري عقد اتفاق مع شركات التسجيلات الموسيقية العملاقة وارنر بروس وسوني ميوزيك وبيرتيلسمان بي إم جي وإي إم أي. وقد طالبت يونيفرسال بعقوبة قاسية وقالت إنه في حالة السماح بخرق حقوق الملكية الموسيقية، فسوف تخترق بعد ذلك حقوق الفيديو والكتب.

وكان القاضي جيد راكوف بالمحكمة الجزئية الأمريكية قد أصدر حكما بدفع 25 ألف دولار مقابل كل قرص مدمج، وهو الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى إضافة 250 مليون دولار إلى خزائن شركة يونيفرسال. وقال القاضي إنه كان بإمكانه أن يحكم بتعويض يصل إلى مائة وخمسين ألف دولار عن القرص الواحد لكنه اختار ان يحكم بتعويض أقل لأن أم بي ثري تصرفت بصورة أكثر مسؤولية عن غيرها من مواقع الإنترنت الناشئة. وتقول شركة أم. بي3. كوم أنها لم تستخدم سوى 4700 تسجيل من تسجيلات الشركة. ويعتقد أدريان كاتز محامي شركة يونيفرسال أن القضية يمكن أن تكلف أم. بي 3.كوم حوالي 3.6 مليارات دولار أو ما قد يوازي عشر مبيعات الصناعة العالمية إذا تم إجبارها على الدفع لكل الشركات الأخرى التي انتهكت حقوق الطبع الخاصة بها عندما وضعت (كتالوج) على الإنترنت يضم 80 ألف قرص مدمج.

ومن المثير للتناقض أن شركة أم. بي 3.كوم حاولت أن تعالج مسألة حقوق النشر بتدشين خدمة الاستماع أم. واي. أم. بي 3.كوم، التي تسمح للعملاء بالاستماع للأقراص المدمجة من أي مكان، بمجرد أن يثبتوا أنهم يمتلكون هذه الأقراص بوضعها في الكمبيوتر. ولكن على الرغم من أن القاضي راكوف قد أعترف أن الشركة حاولت أن تلتزم بتفسيرها لقواعد حقوق الطبع، إلا إنه قال إنه من الضروري إرسال رسالة إلى مجتمع الإنترنت لردع التعدي على حقوق الطبع. وقال راكوف (إن بعض شركات الإنترنت ربما يكون لديها سوء فهم يتمثل في إنه طالما كانت التكنولوجيا التي يستخدمونها جديدة، فإنهم يكونون محصنين ضد التطبيقات العادية للقوانين المعمول

بها في الولايات لمتحدةأ بما فيها قوانين حقوق الطبع). وأضاف (يتعين عليهم أن يعرفوا أن سلطة القانون لا تعرف مثل تلك الحدود).. وقال مايكل رودس محامي الشركة (لقد وضعنا تكنولوجيا تسمح للأشخاص بالاستماع إلى مجموعاتهم من أقراص الموسيقي المدمجة). وأكدت شركة أم بي ثري أنها ستستأنف ضد الحكم حيث أن شركة يونيفرسال لا تستحق هذا الكسب المفاجئ، مبررا ذلك بأنه لم يكن هناك من وجهة نظره أي دليل على أنهم خسروا شيئا. وأن أية عقوبة تزيد على 500 دولارًا لكل قرص مدمج، تعد حكمًا بالإعدام على الشركة، وفيما بعد قال المدير التنفيذي لشركة أم. بي 3 أن شركتي أم. بي 3 ويونيفرسال التابعة لشركة سيجرام توصلتا لاتفاق منفصل لشراء "كمية كبيرة" من حقوق استخدام يونيفرسال لبرنامج ام. بي. 3. وأضاف أن شركة يونيفرسال وافقت أيضاً على التصريح باستخدام قائمة الموسيقى الخاصة بها بالكامل لتصبح جزءا من موقع خاص لأم. بي 3 يتيح لأي مستخدم تخزين الموسيقى رقميا، والوصول إليها عبر أي جهاز كمبيوتر آخر بعد ذلك. وفي مبادرة منها للاعتراف بحقوق التأليف على الشبكة قررت إدارة MP3.com عدم نشر أي أغاني أو مقطوعات من دون الرجوع إلى أصحابها. ومع ذلك فقد استمرت الأغاني في التوافر على هذا الموقع لكل زواره.

وعلى الجانب الآخر يرى الكثير من المراقبين الاقتصاديين، أن عملية الإنتاج الموسيقي، والتي تعيش أقسى درجات البلبلة بسطوة شبح الـ (MP3)، ستشهد حالة من الاستقرار مع عملية ضبط ذاتي لا سلطويأ سيحققه مفهوم السوق الإلكتروني الذي تشهده شبكة الإنترنت، ورغم ازدهار التجارة الإليكترونيةأ فإن الاختراقات التي حققتها ملفات الـ (MP3) كونها تتعامل مع متلق ذكي، هو قطاع المراهقين الأكثر استهلاكاً للمواد الموسيقية. لكن المراقبين يرون أن عملية الضبط الذاتي للسوق الموسيقي على شبكة الإنترنت ستحتاج إلى عامل الوقت الذي سيحمل معه انهيار شركات الإنتاج الموسيقي، وهذا الأمر يحاول النظام القضائي في الولايات المتحدة تفاديه لمنع حدوث بلبلة لمؤسسات إنتاجيةأ استغرقت عقوداً متعاقبة في بناء بنية إبداعية

وثقافية شكلت محوراً استراتيجياً للنموذج الأمريكي الذي ساد كافة بقاع الأرض، لكن يبقى السؤال هل ستستطيع المؤسسة القضائية الحكومية الأمريكية إحداث حالة توازن بين وفائها لهذه المؤسسات الحيوية، وعصر المعلومات الإلكتروني الذي سيجرف الكثير من مفاهيم السوق الحرة السائدة.

ومؤخرًا في يونيه 2001 فرضت محكمة ألمانية رسومًا ضريبية خاصة على كل جهاز من أجهزة التسجيل والكتابة على الأقراص المدمجة السي دي روم وعللت المحكمة قرارها بالحفاظ على الملكية الفكرية لكون هذه الأجهزة والتكنولوجيات التي تحتويها تستخدم من قبل المستهلكين في تسجيل مقطوعات الأغاني والموسيقي والألحان المختلفة التي يحصلون عليها عبر الإنترنت مجانًا دون اعتداد بحقوق الملكية الفكرية للمؤلفين. لكن لم توضح المحكمة ما إذا كانت هذه الرسوم ستذهب لدعم جهود حماية حقوق الملكية الفكرية أم المؤلفين أم للحكومة الألمانية لكن المحكمة قالت إنها تخشى من قيام المستهلكين باستخدام أجهزة التسجيل لنسخ الأعمال المشمولة بحقوق النشر. وقد صدر هذا الحكم في قضية ضد شركة هيليوت باكرد التي ألزمتها المحكمة بدفع ضريبة خاصة على كل جهاز من أجهزة تسجيل أقراص الليزر تسوقه في البلاد وبذلك تكون المحكمة قد طبقت القواعد المعمول بها مع مصنعي أجهزة التسجيل الصوتي العادية منذ عقود عديدة على مصنعي هذا النوع من الأجهزة الرقمية. ويسري الحكم بأثر رجعي على جميع الأجهزة التي باعتها الشركة في السوق الألمانية خلال السنوات الثلاث الأخيرة كما سيسري على الشركات الأخرى التي تسوق هذه النوعية من الأجهزة داخل السوق الألمانية. من جانبها تعهدت الشركة باستئناف الحكم معتبرة أن تطبيق القوانين الخاصة بمعدات التسجيل العادة على التكنولوجيا الرقمية يعتبر من الأمور غير المنطقية.

ومن بين الأفكار المطروحة الإعلان عن مبادرة الموسيقية الرقمية الآمنة Secure Digital Music Initiative وهو نظام جديد تم وضعه بهدف الحيلولة دون انتشار الألحان الموسيقية بصورة غير شرعية.

الوصلات والروابط التشعبية

الرابطة التشعبية Link or hyperlink عبارة عن كلمة أو صورة أو شعار أو رسم أو جرافيكس يتم تظليها أو تعيينها بطريقة ما من قبل صاحب الموقع، بوضع تحتها خط أو بنط كبير أو إظهارها بحروف سوداء عريضة أو مرقمة.. الخ وهي تمثل ببساطة اتصالاً بين محتوي ملفين مختلفين (أو بين جزئين مختلفين في ملف واحد)، وبالضغط على النص المحدد أو صور الجرافيكس يتم تنشيط الروابط.

وقد تصل الروابط التشعبية المستخدم بصفحة أخري أو بجزء أخر من نفس الموقع، أو بمواقع أخري أو تنقله من جزء إلى جزء أخر داخل نفس الملف أو إلى ملف أخر داخل نفس الكمبيوتر المضيف، كما قد تنقل المستخدم إلى كمبيوتر مضيف أخر قد يكون في دولة أخري أو في قارة أخري. ويمكن أن تنقل المستخدم إلى تطبيقات أخري على شبكة الإنترنت مثل عناوين FTP للبحث عن موضوع معين على شبكة الإنترنت أو إلى أحد عناوين البريد الإليكتروني، لإرسال رسالة إلى شخص أو جهة ما.

ويعد الروابط عنصرًا أساسيًا من عناصر مواقع الإنترنت، فهي قلب وروح الورالد وايد ويب، وأحد أبرز معالم الإنترنت التي يوجد عليها ملايين الروابط، وهي طريقة سريعة للوصول للمعلومات، وتساعد المستخدم على تحديد مدى العمق الذي يريد أن يستكشف به موضوعه. وكلما زادت عدد الروابط زادت عدد الزيارات للموقع، وزاد بالتالي نشر المعلومات عبر الصفحة.

ويعد الروابط التشعبية من معالم الإنترنت الأساسية، التي تضفي عليها حيويتها وفعاليتها، وتكسيها بالتفاعلية، وتعزز قدرتها على الانتقال بالمستخدم من موقع لآخر، ومن منطقة جغرافية لأخرى، وهو ما يظهر أحد أسرار عالم الإنترنت المليء بالحيوية والفعالية. كما تعد أحد الملامح المميزة للوثائق المرجعية المنشورة على الشبكة العنكبوتية، فهذه الروابط هي مراجع تحيلنا إلى وثائق أخري، ولكنها ليست كسائر المراجع التي نراها في هوامش الكتب العادية التي تحيلنا إلى صفحة كذا من كتاب كذا

للحصول على هذه المعلومة أو تلك، وإنما هي مراجع أو روابط فعلية حين نقوم بتنشيطها (بالنقر عليها عادة). ويمكن معرفة الروابط التشعبية على الإنترنت بسهولة من خلال لونها المميز أو عند تحول مؤشر الشاشة إلى كف عند الوقوف عليها)، فتظهر أمامنا وثائق أخري تضم معلومات جديدة ذات صلة بالرابطة المرجعية في الوثيقة الأولى.

ويعتمد استخدام الروابط التشعبية على لغة النص الفائق Hypertext التي تستخدم في نشر النصوص، وهو ما يتيح إمكانية البحث في وثائق معقدة داخل شبكة الإنترنت، والمساعدة في تتبع الأفكار والموضوعات من صفحة ويب إلى صفحة أخري، بغض النظر عما إذا كانت هذه الصفحة مخزنة في نفس الحاسب والمسمي خادم ويب أو موزعة على خوادم أخرى منتشرة في أنحاء العالم، لهذا فهي تسمح للمستخدمين بالقفز بسرعة من مصدر للمعلومات إلى أخر بمجرد الضغط على زر الفأرة، بصرف النظر عن أماكن تخزين هذه النصوص، فهي غالبًا تكون موزعة في العديد من أجهزة الحاسبات المربوطة بشبكة الإنترنت. وتقوم الإنترنت بشكل إلى بفك رموز تعليمات الربط واسترجاع الملف المطلوب، وتساعد لغة HTML على برمجة الصفحات على الويب والسماح بالاتصال بين رابطين.

فعمل الشبكة العنكبوتية واستخدامها يعتمد على فكرة الربط المرجعي linking، إذ أن إنشاء وصلات مرجعية يتيح لنا التأشير على موضوعات معينة في صفحة ما، لتقودنا إلى صفحات أخري ذات صلة بهذه الموضوعات. فحينما نختار كلمة أو عبارة أو صورة معينة في إحدى الصفحات، على سبيل المثال، فإن ذلك يؤدي إلى انتقالنا إلى أي صفحة أخري، أو إلى موضوع أخر في نفس الصفحة الأمامية، وقد يكون هذا الموضوع الأخر صورة أم ملف صوتي أو نص. كما يمكن أيضاً استرجاع الأفلام والملفات الثنائية باستخدام الوصلات المرجعية، ونستطيع ربط أي شيء بأية صفحة أو وثيقة داخل النظام الذي نستخدمه أو بأي نظام أخر على الشبكة العنكبوتية، وهذه

الإمكانية تتيح لنا إنشاء وصلات مرجعية links داخل صفحاتنا بحيث تنقل مستخدميها إلى مواقع أو صفحات أخري، وأبسط استخدام للربط المرجعي هو تقسيم أية صفحة أو وثيقة طويلة إلى وثائق أصغر، واستخدام الوصلات للانتقال فيما بينها. وتتيح أدوات تصفح الشبكة العنكبوتية إمكانية الربط بعدد كبير من الخدمات والمواقع.

أهمية الروابط التشعبية:

1- نقل المستخدم إلى مواقع أخري، بدون الحاجة إلى كتابة عناوين هذه المواقع التي تم الانتقال إليها أو حفظها عناوينها.

2- إحاطة المستخدم بكل الروابط ذات الصلة – من وجهة نظر الموقع المستخدم للروابط – بمضمون وتخصص الموقع، ومن ثم تساعده على تقصي أبعاد موضوعه، والوصول السريع إلى أهداف تصفحه للإنترنت.

3- تساعد على راحة المستخدم عن طريق قيام المواقع بتصنيف الموضوعات إلى قوائم وفئات وفروع، بما يقصر طرق البحث، ويساعد في الحصول على المعلومات واسترجاعها وتصنيفها. الخ.

أنواع الروابط:

هناك نوعان أساسيان من الروابط والإحالات هما الإحالات الداخلية والخارجية. وتنقسم الروابط الداخلية منها إلى إحالات داخل الصفحة ذاتها – من فقرة إلى أخرى– وإحالات داخلية بين الصفحات المختلفة على الموقع الواحد. بينما تربط الإحالات الخارجية بين الصفحات في مختلف المواقع.

الطابع القانوني للروابط التشعبية:

بالرغم من الأهمية الاتصالية والمعلوماتية للروابط التشعبية، إلا إنها تثير الكثير

من الجدل حول مدى قانونية استخدامها؟ وما إذا كانت تتفق مع أخلاقيات الاتصال وأدبياته عبر الإنترنت؟ وهل يوجد تشريعات أو سوابق قانونية تحكم استخدام الروابط التشعبية على الإنترنت؟ وهل يحق مقاضاة مستخدمي الروابط؟ وعلي أي أساس؟

وتثار هذه التساؤلات في وقت يسود فيه تصور بأن مستخدمي الإنترنت لا يوافقون على أي تقييد قانوني لاستخدامهم لهذه الروابط، وأن وضع قيود على هذه الاستخدام ينتهك حقهم في التجول والتصفح والتعبير بحرية على الفضاء الإليكتروني. وفي ذات الوقت، تتباين وجهات نظر بعض المؤسسات والشركات والجهات إزاء استخدام الروابط، فبينما لا يريد العديد من الشركات والأعمال أن ترتبط بمواقعهم أما بمواقع منافسة أو بمواقع أقل قيمة من مواقعهم أو بمواقع تحتوي على مضامين غير لائقة، فإن البعض الأخر منهم يرحب باستخدامها، باعتبار إنها تزيد من شهرة مواقعهم وعلاماتهم التجارية، بيد أن استخدام الروابط أثار العديد من المشكلات القانونية المتعلقة بحماية العلامات التجارية، وحقوق التأليف والتشهير وانتهاك الخصوصية.. الخ. وقد تناولت عدة محاكم في اليابان وبلجيكا والسويد قضايا تتعلق بالواصلات والروابط خلال الفترة القليلة الماضية. كما أثارت قضية موقع MP3 ونابستر تساؤلات رئيسية حول شرعية استخدامها.

ويبدو ظاهريًا إنه لا مشكلة قانونية أو أخلاقية في تضمين مواقع معينة روابط لمواقع أخري، بيد أن هذا الأمر يحتاج إلى بيان طبيعة الروابط التشعبية، ومدي تجاهلها لحقوق الموقع الذي يتم الانتقال إليه، وطبيعة الموقع الذي يتم الارتباط به، ومدي وفائها أو التزامها بالمعايير الأخلاقية والقانونية، ومدي تحمل الموقع مسئولية الروابط الموجودة في موقع أخر يرتبط به.

ومن المعروف أن المستخدم لا يتحكم في الروابط المتضمنة داخل المواقع، ومن ثم لا يوجد خطر من إساءة استخدامها، من قبل المستخدم، ولكن تقع المسئولية القانونية

والأخلاقية على صاحب الموقع في تحديد نوعية الروابط التي يستخدمها، وكيفية استخدامها. وبناء على (النوعية والكيفية) التي تستخدم بها الروابط، تثار مشكلة الروابط على الإنترنت؛ فبالنسبة للنوعية، فقد يتم ربط الموقع، بمواقع شاذة أو ضارة، وهو ما قد يؤثر على سمعة الموقع ومكانته، وبالنسبة للكيفية، تتنوع طرق توظيف الروابط داخل الموقع، وكيفية استخدامها، وما إذا كانت الاستعانة بهم، قد تمت بناء على ترخيص أو تصريح من أصحابها أم لا؟ ومن وجهة نظر قانونية، فثمة إمكانية بالإدعاء بانتهاك العلامة التجارية إذا كان الارتباط ماكرًا، فالارتباط بموضع داخل الموقع، وتجاوز صفحة البداية ربما يوحي للمستخدم العابر إنه يوجد موقع واحد بدلا من أثنين. وهو ما قد يحدث تعمية وتشويش حول طبيعة المالك الحقيقي للموقع في ذهن المستخدم.

ولكن هل ثمة حق مطلق للربط على الإنترنت؟ البعض يرى أن الرابط هو مجرد مؤشر لموقع أخر يتضمن معلومات متاحة بشكل عام على الإنترنت، وأنه بمجرد وضع موقع على الويب يعني إعطاء الآخرين على الإنترنت، تصريحا ضمنيًا بالربط به، وأن استخدام الروابط يعد عملا ذو قيمة اجتماعية لأنه يتماشى مع الهدف الرئيسي للإنترنت، وأنه يجب تشجيعه، وليس ضروريًا الحصول على أذن كل مرة عند الربط بموقع أخر. لكن القول بأن أصحاب المواقع الأخرى لهم حق موروث في الربط بأي موقع على الإنترنت، يعد أمرًا مبالغا فيه، فالرابط أكثر من مجرد مؤشر لأنه ينشط موقعًا أخر، كما إنه مختلف عن مجرد وضع قائمة عناوين وتليفون، فماذا يحدث لو كان الجانب الثاني يتضمن مادة مسيئة؟ فهل يعد الموقع الرابط مسئول عن نشر عن محتوي مسيء لموقع أخر؟ وهل ثمة واجب قانوني وأخلاقي لمراجعة الموقع قبل إعداد رابط له؟

ويجيب البعض بأنه ينبغي وضع مستويات للمسئولية، كما يجب على أي موقع مراجعة روابطه قبل تضمينها في موقعه، وإن كان يصعب تحميل هذا الموقع مسئولية الصفحات الأخرى المتضمنة في الموقع، كما لا يمكن تجريم استخدامها، وإلا تم القضاء

على الإنترنت ككيان، فاستخدام الروابط يشبه استخدام قاعدة بيانات مثل ديوي للتعرف على ما يوجد بموقع أخر في مكتبة مثلا، فهو مجرد عنوان لموقع أخر، والعنوان في حد ذاته مجرد معلومات ولا يتمتع بالحماية كحق للمؤلف، أو كأي مصنف من مصنفات الملكية الفكرية، وهو ما يعني إنه لا يوجد عائق قانوني يمنع استخدام الروابط لصفحة أخري. ولكن تظهر المشكلة من أن الروابط يمكن أن تستخدم بطريقة تنتهك بها حق المؤلف والتشويه وقوانين المنافسة غير العادلة، فإنشاء صفحة من صور وأعمال آخرين بدون تصريح يعد انتهاكا لحق المؤلف. ولكن مجرد استخدام رابط لصفحة أخري لا يعد انتهاكا، لأنه لم يقم بنسخ مضمون الصفحة الأخرى.

ومن بين أشكال الروابط التشعبية: الروابط الماكرة أو المتعمقة deep link وهي عبارة عن رابطة تمر أو تتجاوز أو تتجاهل الصفحة الرئيسية للموقع المرتبطة به، حيث يتم الربط بين الموقع، وصفحات داخلية أو مواد ضمن الموقع، متجاوزة الصفحة الرئيسية للموقع، أي أنها تتجاهل الصفحة المرجعية لموقع ما، وتأخذ المستخدم مباشرة إلى صفحة داخلية، فمثلاً بدلاً من أن يؤدي الرابط إلى الصفحة الرئيسية لصحيفة ما، فإن الرابط الماكر هو الذي يأخذ المستخدم مباشرة إلى مقال داخل موقع الصحيفة. وهذا النوع من الارتباط يسمح للزوار بالمرور العابر على المعلومات والإعلانات الموجودة بالصفحة الرئيسية لموقع ما، والذهاب مباشرة إلى صفحة داخلية، وهو ما قد يؤدي إلى فقدان هذه المواقع لعوائد إعلانية، قد تجنيها من المرور على صفحاتها الرئيسية، والتي تقدر غالبًا بعدد المتصفحين الذين يمرون عبر صفحتهم، مما يزيد رصيدهم الإعلاني.

وبعض المواقع ذات الطابع التجاري تعارض مثل هذه الممارسات، باعتبار أن المرور العابر بمواقعهم أو صفحاتهم الرئيسية، يخلق انطباعًا خاطئًا لدي المتصفحين بأن الموقعين مرتبطين ببعضهم البعض. وهم يعتقدون أن لهم الحق في مراقبة كيفية تصفح المستخدمين لمواقعهم، وأنهم يمكن أن يفقدوا العائد الإعلاني لو المتصفحين ارتبطوا

بصفحة داخلية بدلاً من صفحة البيت الخاصة بالمواقع، والتي تقود عملهم الإعلاني والتجاري، والتي تحتوي غالبًا على شروط استخدام الموقع ومالكيه، ويرون أن المستخدمين ربما لا يدركون أنهم بارتباطهم أو باستخدام الروابط، قد انتقلوا إلى موقع جديد، وليس الموقع الذي بدءوا منه التصفح. وبينما يعارض البعض استخدام الروابط الماكرة، يرى البعض الأخر إنها ببساطة تتماشى مع طبيعة الإنترنت الحرة التي تعتبر أن مجرد إنشاء موقع ما على الإنترنت، فإنه يعني ببساطة إعطاء تصريح للجميع بإمكانية الارتباط به، وأن مجرد استخدام رابط ما، فهو يعني في ذات الوقت تقديم خدمة له، وذلك بتوجيه ودعوة المستخدمين لتصفحه، والارتباط به.

ولا يوجد قانون يمنع استخدام الروابط الماكرة أو المتعمقة، المثيرة للجدل، كما إنه لا توجد سوابق قضائية عديدة في هذا المجال، يمكن الاستناد إليها، وبالرغم من بعض القضايا التي شهدتها المحاكم، والتي أجاز بعضها إمكانية استخدام هذه الروابط، فإن أحكامًا أخري أشارت إلى عدم قانونية استخدام الروابط الماكرة، أي أن الرؤية القانونية الخاصة باستخدام هذه الروابط مازالت غير واضحة.

بيد أن ثمة حالات جديدة، تبدت منذ مارس 2000، حينما قررت محكمة فيدرالية أمريكية أن استخدام الروابط المتعمقة أو الماكرة لا ينتهك حقوق المؤلف، وناظرت عملية استخدام هذه الروابط باستخدام فهارس المكتبات العامة، وذلك في حكم أصدرته في قضية خاصة بربط أحد المواقع لمتصفحيه مباشرة بصفحات خاصة بشراء تذكار سفر، حيث ذكر الموقع في الرابطة التشعبية "أن هذه التذاكر مباعة من قبل شركة تذاكر أخري، وبالرغم من أننا لا نبيعهم لكم، فإن الرابطة المذكورة سوف تأخذكم مباشرة إلى موقع شركة أخرى يمكنك أن تشتروا منها". وقالت المحكمة أن مثل هذا العمل لا يمثل خلطا بين الموقعين. وهي القضية الخاصة بتيكت ماستر في مواجهة تيكت كوم Ticketmaster v. Tickets. com في يوليو 1999، حيث تعمل الشركة الأولى كمركز معلومات للتذاكر، مرتبطة بمصادر حجز تذاكر عن أحداث جارية وخدمات

مزادات، وكذلك سماسرة تذاكر في مجالات أخري، وأدعت تيكت ماستر أن تيكت كوم استخدمت رابط ماكرا خاص بها داخل موقعها، وأنها قامت بنسخ مواد من موقعها، ووضعت معلومات خاطئة عن توافر التذاكر من تيكت ماستر. وفي مارس 2000 صدر حكم برفض شكوي تيكت ماستر، حيث رأت المحكمة أن الروابط التشعبية لا تمثل في حد ذاتها انتهاكًا لقانون حق التأليف، طالما لا يوجد نسخ للمواد، كما لا يتضمن هذا العمل خداعًا، وأن استخدام الروابط يشبه استخدام فهرس مكتبة للحصول على مراجع في موضوع معين.

وبالرغم من صدور هذا الحكم، ألا إنه لم يحدد بدقة طريقة استخدام الروابط المتعمقة أو الماكرة، ومتى نستخدمها؟ والي أي مدى؟ ومتى يصبح التعمق في الارتباطات التشعبية غير مقبول قانونيًا؟ وقد تركت القضية الباب مفتوحًا أمام احتمال إمكانية توجيه الاتهام بانتهاك حق المؤلف والمنافسة غير العادلة في حالة ما اختلط الأمر على المستخدم، بحيث لم يستطع تبين مصدر المضمون المقدم، أو تم إغفال حقيقة الموقع الذي يتم الارتباط به. وفي أغلب حالات الارتباط الماكر، لا يوجد اختلاط في أمر المصدر، حيث يعرف المستخدم إنه انتقل إلى موقع أخر، ومن ثم لا توجد مشكلة.

وقد تناولت محكمة أمريكية في عام 1997 نفس القضية، وهي مبيعات التذاكر الإليكترونية على الإنترنت، حيث قام أحد المواقع التابعة لميكروسوفت (سايدووك) بالمرور العابر على صفحة البيع الخاصة بأحد المواقع" تيكت ماستر" للوصول لموقع خاص ببيع التذكار، ويستخدم دليل السايد واك Sidewalk" التابع لميكروسوفت في إلقاء الضوء على الأحداث المتوقعة في منطقة معينة، ويوفر رابطة مباشرة لمعلومات عن أحداث متخصصة في صفحات داخلية من موقع تيكتت ماستر. وكانت تيكت ماستر قد وقعت عقدا لتقديم معلومات وروابط حجز تذاكر لخدمة دليل منافس على الويب واسمه CitySearch. وبمقتضي الاتفاق كانت السيتي سيرش تدفع مقابل الاستخدام للتيكتب ماستر، بينما كانت ميكروسوفت تحصل عليه مجانا، ومن ثم رفعت تيكت

ماستر قضية ضد ميكروسوفت في 28 ابريل 1997 مدعية أنها قللت من قيمة موقعها بتجاهله أو بمرورها العابر لصفحة بيتها، وأن ميكروسوفت تعدت على علاماته التجارية، وأن منافسته له تمت بشكل غير موضوعي، وقد انتهت القضية في فبراير 1999 ووافقت ميكروسوفت على ألا تقوم بعملية الارتباط العميق بموقع التيكت ماستر، ووافقت على الارتباط كبديل بالصفحة الرئيسية للتيكت ماستر، وبعد هذه التسويه فإن التكيت ماستر سمحت بالارتباط العميق لمواقع مثل ياهو ونايت ريدار لكن فقط بعد أن وقعت هذه الأطراف على اتفاقية للارتباط.

شروط استخدام الروابط التشعبية:

1- معرفة محتوي الموقع المرتبط به تجنبا لأي خطأ في توجيه المستخدم.

2- أن يتم الارتباط بالطريقة التي يرغب فيها الموقع.

3- تجنب أي انطباع أو إشارة توحي بأن الارتباط بهذا الموقع تعني المصادقة بأي طريقة على منتجاته وخدماته.

4- تجنب الربط بمواقع تمنع بصراحة هذا الربط.

5- ألا تكون هناك إحالات عمياء تحيل إلى موضوعات غير متاحة أو غير موجودة من الأصل.

6- ألا تتواجد صفحة بلا أي إحالات فيما يعرف بصفحات النهاية الميتة Dead End Page.

7- عدم الاعتماد على نوع واحد من الإحالات أو الإسراف في استخدام إحداهما دون الأخرى.

ومن بين سبل مواجهة مشكلات الروابط التشعبية:

- **الحصول على تصريح:**

الطريقة البسيطة لتجنب مشاكل الروابط التشعبية هي الحصول على تصريح وكقاعدة عامة فإن التصريح ليس مطلوبا للرابطة التشعبية التي تستخدم نص مظلل (رابط

نصي)، فمثلا فإن كلمة مظللة بياهو كرابطة (كرابط لياهو وصفحتها) لا يتطلب تفويض أو لن يحدث نزاعا، ولكن لأن الأنواع التالية ربما تحدث نزاعا، فإنه من المعقول طلب تصريح، ومعرفة ذلك بشكل واقعي، فإن عدد قليل فقط من هذه الروابط سوف تؤدي إلى مشكلات، والعديد من الأعمال تختار تجاهل احتمالية المشكلة القانونية. لكن الآخرين يتخذون مدخلا محافظا عندما يسعون للحصول على تصريح ليستخدموا الروابط التشعبية فيما يعرف باتفاقية الارتباط linking agreement والتي قد تكون شفوية أو غير رسمية مثل تصريح بإرسال رسالة تطلب ذلك بالبريد الإليكتروني للموقع المطلوب الارتباط به، وأن كانت العديد من شركات الإنترنت تفضل توقيع اتفاقيات رسمية مكتوبة محددة المدة وطريقة الاستخدام.

- **تحجيم المسئولية القانونية باستخدام التنصل أو الإنكار:**

فلو كان صاحب الموقع قلقا بشأن المسئولية القانونية للروابط، لكنه غير قادر أو غير راغب في طلب تصريح من صاحب الارتباط، فإنه يضع تنصلا لتقليل احتمالية المشكلات القانونية التي قد تقع من جراء استخدامه لهذا الرابط. والتنصل هو بيان لإنكار أي مصادقة على ما يتضمنه الموقع الأخر من مواد أو معلومات أو التخلي على المساءلة القانونية في حالة قيام الموقع المرتبط به بأنشطة غير قانونية. ونادرا ما يكون التنصل كافيًا لعدم الوقع في المساءلة القانونية، ولكن لو المتنصل عرض بوضوح وكتب بشكل ظاهر ما يفيد تنصله من الموقع المرتبط به، فربما تأخذ المحكمة مثل هذا الأمر في الاعتبار وهو ما يعد بمثابة أحد الوسائل لتجنب أية مساءلة قد تقع أو خسائر قد تحدث، وهو ما حدث بالفعل في نزاع وقع بين موقعين يمثلان أحد المطاعم المشهورة حملا اسم النوب بلو، حيث ساعد هذا التنصل في تجنب الموقع المرتبط للمساءلة القانونية. ومن نماذج التنصل القول: بتقديم روابط للمواقع الأخرى فإن (اسم موقعنا) لا يضمن أو يوافق أو يصادق على المعلومات أو المنتجات المتوافرة على هذه المواقع ولا يعني الارتباط التشعبي بها أي علاقة أو ارتباط أو مصادقة مع الموقع (اسم موقعنا).

المشكلات التي تثيرها استخدام الروابط على الإنترنت:

1- **تشجيع القرصنة**: أن السماح بالارتباط بكل صوره، قد يشجع على القرصنة الجماعية على محتويات مواقع أخري، بحجة أن الارتباط مسموحًا به.

2- **الأخلاقيات الإليكترونية والأخلاقيات التقليدية**: تختلف ظاهرة استخدام الروابط التشعبية عن الإحالات التقليدية في الكتب والمراجع، فهي تحيل إلى قلب العمل، وليس للعمل فقط، ومن ثم، قد يسود تصور خاطئ، بوجود صلة ما بين صاحب الموقع المنتحل أو المرتبط، وبين صاحب العمل الأصلي أو الموقع المرتبط به.

3- **التشهير**: إذ ربما يؤدي استخدام رابطة معينة إلى تشويه أو قذف في حق سمعة شركة أو شخص، في حال تضمنها لمعلومات ووقائع غير صحيحة، فمثلا لو قام طالب باستخدام رابطة تحت عنوان " الخمور على الإنترنت " وقام بربطها بصورة لمدير المدرسة في موقع أخر. فهي هنا تعد مسيئة لسمعة المدير في المجتمع.

4- **انتهاك الخصوصية**: فقد يقوم موظف ناقم على شركته بوضع رابط في موقعه مرتبط بكاميرا مخفية مزروعة في حمام مدير الشركة، وهو ما يعد انتهاكًا لخصوصية هذا المدير.

5- **انتهاك حق المؤلف**: بالرغم من أن استخدام الرابط لا يعد انتهاكا لحق المؤلف، فإن ما قد يعد انتهاكا للقانون هو خلق رابط يساهم في النسخ غير المرخص لأعمال آخرين

حالات قانونية متعلقة بالروابط التشعبية:

قضية شاتلاند تايمز ضد د. جونسان ويلز وآخرون والتي حظيت باهتمام كبير وخاصة بين أعضاء الإنترنت لما لها من دلالات على ممارسات الروابط على الإنترنت، حيث دشنت شيتلاند تايمز موقعا على الويب، توفر من خلاله معظم مواد صحيفتها المطبوعة، حيث تتكون الصفحة الأولى لها من عدد من العناوين الإخبارية في صورة

روابط لمقالات مماثلة، وكانت تستهدف بيع مساحات إعلانية على صفحتها الأولى بمجرد أن يحقق الموقع بعد البروز. وفي ذات الوقت كان منافسها يدير موقعا بتصميم إخراجي مشابه لما تستخدمه التايمز. وقبل أسبوعين من رفع القضية قامت صحيفة النيوز بإعادة إنتاج نفس العناوين التي ظهرت على التايمز في صفحتها الأولى. وكانت العناوين التي تم كتابتها ترتبط مباشرة بمقالات على صفحات أنتجتها التايمز. وقد أهملت هذه الروابط الصفحة الأولى للتايمز أو تجاوزتها. وطلبت التايمز من المحكمة بمنع صحيفة النيوز من الاحتفاظ بهذه الروابط قائلة إنها تشكل انتهاكا لحقوق المؤلف. وقال القاضي أن التايمز قدمت القضية وفقا للقانون البريطاني الذي يقنن لموردي برامج التليفزيون الكابلي، وأن خدمة النيوز تبدو أشبه بخدمة التليفزيون الكابلي لتبرر تطبيق القانون الذي يحكم هذه الوسيلة، وأنه بالرغم من أن المقالات تم بثها من قبل التايمز لكن تم الاحتفاظ بها عبر موقع النيوز، وأنه وفقا لعمل التليفزيون الكابلي فإن النيوز أدخلت نفسها بين التايمز وزبائنها بتحويل انتقالات التايمز عبر موقعها، والذي بمقتضاها تم تجاوز الصفحة الأولى للتايمز، وهو يقلل بدرجة كبيرة قيمة الموقع لدي المعلنين المحتملين. وبناء عليه حكم القاضي بان نسخ العناوين وليس بالضرورة الروابط هي التي تنتهك حق المؤلف. وقالت المحكمة أن الروابط (العناوين) تعد بمثابة حقوق أدبية وفقا لقوانين حقوق المؤلف، بينما قالت الصحيفة الثانية أن عمل الروابط بدون أذن هو جزء من طريقة عمل الإنترنت، وأن منعها من هذا الاستخدام سوف يقلل أو يمنع الوصول الحر للإنترنت وانتهت القضية بدون الوصول إلى رأي حاسم. ولكن تظهر هذه القضية أن الفصل فيما يتعلق بالروابط غير واضح، وأن القاضي حكم بدون استيعاب كامل لطبيعة التكنولوجيا المستخدمة، حيث أقام حكمه على التشريع الحاكم للتليفزيون الكابلي في بريطانيا، ومن ثم قد لا يكون دقيقا القول بان هذه الحكم يمثل الرأي القانوني في أن الارتباط بصفحات ضمنية وليس (الصفحة الأولى للموقع) يعد غير قانونيًا وفقا للقانون البريطاني.

كما رفعت صحيفة واشنطن بوست الأمريكية الشهيرة قضية ضد موقع Total

news Inc. قائلة بان طريقة استخدامه للإطارات لعرض مواقع الأخبار من الويب يعد قرصنة وانتهاك لحق المؤلف، وتم تسوية القضية في 6 مايو 97 باتفاق يمكن Total News من الاستمرار في الارتباط بالمواقع الإخبارية للصحف الأخرى باستخدام روابط نصية فقط text- only links ولكن بشرط إلا تظهر مواقع المؤسسات الصحفية على متصفح المستخدم في إطار أخر ضمن موقع الـ Total News.

وفي سبتمبر 1999 اتهم الاتحاد الدولي لصناعة الفونوجراف مراهق يدعي أوليسون Olsson بانتهاك حق الطبع بعمل روابط لتسجيلات تتمتع بالحماية المتاحة على موقعه. وبرأته المحكمة لأنه لم ينسخ أو يصنع التسجيلات ولكن وفر روابط لها فقط. و في مايو 2000 رفعت HK Finance. com قضية ضد Pro sticks. com تتهمها فيها بوضع روابط على موقعها يسمح للزائرين بتجاوز الصفحة الرئيسية للشركة الأولى وإعلاناتها، وأنها انتهكت حق الطبع ضد موقعها على أساس نسخ مواد بدون أذن.

الميتا تاجز أو وصفات الميتا meta tags

الميتا تاجز عبارة عن أكواد مخفية ضمن لغة HTML التي تستخدم في بناء المواقع والصفحات على الإنترنت. وتمثل الميتا تاجز ملخصا قصيرًا لمحتويات صفحة الويب، وعادة لا تزيد عن كلمة أو كلمتين، توضع ضمن أكواد الصفحة، بما يساعد على الوصول إليها بسهولة، فإنشاء صفحة عن متحف الفن الراقي مثلا Museum of Fine Arts (MFA) قد تتضمن العبارات التالية للدلالة عليه مثل: MFA, art museum, Boston, Museum of Fine Arts، في الأكواد الخاصة بموقعه، ومن ثم فعند قيام مستخدم ما بالبحث باستخدام الحروف التالية MFA ضمن أي محرك بحث، فسيكون أحد المواقع التي يسترجعها له محرك البحث هي Museum of Fine Arts.

وتساعد الميتا تاجز ناشرو صفحات الويب على التحكم في فهرسة صفحاتهم على محركات البحث بتمكينهم من وصف محتويات هذه الصفحات، ووضع قائمة بالكلمات الملائمة لها، ومن ثم مساعدة المتصفح على الوصول السريع والدقيق

لمتطلبات بحثه. وبعض محركات البحث تتبني تقنيات ضد الميتا تاجز المخادعة لتقليل الأخطاء في طرقها البحثية، وبعضها يحذف المواقع التي لا تتفق تماما مع كلماتها المفتاحية من قواعد بياناته.

وتفيد الميتا تاجز، في توجيه متصفحي الإنترنت للمواقع عن طريق هذه الأكواد، وهي تستخدم كوسيلة لجذب المتصفحين للمواقع باستخدام بعض الكلمات والعبارات الشائعة والكثيرة الاستخدام، وبما يوجه المتصفح للموقع الذي قام بهذا التكويد، وقد يكون هذا التوجيه صحيحًا، وقد يكون توجيهًا خاطئًا، وهنا تبدأ المشكلة، فقد يستخدم صاحب موقع ما العلامة التجارية الخاصة بمنافسه، ويضعها ضمن أكواد موقعه، وعندما يقوم المتصفح بالبحث عن العلامة التجارية المعروفة والمشهورة، فإنه يذهب أيضاً إلى الموقع الذي أستولي على هذه العلامة، وضمنها بين أكواده. وقد يحدث الأسوأ، عندما يقوم صاحب موقع غير أخلاقي أو إباحي باستخدام أكواد أو عبارات أو ميتا تاجز خاصة بمواقع تتسم بالمصداقية والاعتمادية ضمن الأكواد المدفونة في موقعه، ومن ثم تقوم هذه الأكواد بتوجيه المتصفح إلى هذه المواقع غير الأخلاقية كبديل عن المواقع المشهود لها بالاحترام، وهو ما قد يتسبب في حدوث مشكلات سواء للمستخدم أو لصاحب الموقع.

وبينما يرى البعض أن انتهاج مثل هذا السلوك يعد انتهاكًا لحق التأليف الخاصة بالموقع المعتدي عليه، لأنه يحول المتصفح/ الزبون إلى العلامة التجارية الخاصة بالموقع المنافس، يرى آخرون أن انتهاك حق العلامة التجارية يقع فقط عند حدوث ارتباك أو تشويش لدي الزبون في الوصول للموقع الذي يبتغيه.

والمشكلة في الميتا تاجز أنها صعبة المتابعة أو المراقبة، فكيف يمكن التأكد من موقع تم دفن أكواد محتوياته بإحكام، فضلاً عن كونها مخفية عن أنظار متصفح الويب العادي، لكن محركات البحث تستطيع قراءتها، وهي غالبا ما تحتوي على كلمات بحث شائعة لا صلة لها أو قليلة الصلة بمحتويات صفحة الـ HTML الملائمة، لكن تدمج

بغرض جذب مستخدمي الإنترنت لموقع ما. ويستخدمها البعض لأغراض تجارية لتحويل المستخدمين بعيدًا عن المرور إلى منافسيهم، كما تؤثر على عملية الترتيب داخل محركات البحث، فغالبًا ما لا يذهب المستخدم بعيدًا عن العشر نتائج الأولى، في وقت تسعي فيه محركات البحث نحو إجراء تصنيف جيد لمعلوماتها، بعيدًا عن التدخل الخفي في ترتيب هذه المحتويات أو التأثير فيها. كما تؤثر الميتا تاجز على معدلات الإعلان، والتي تقدر بعدد المستخدمين الذين زاروا الموقع، فكلما زاد عدد الضربات على الموقع أو زادت عدد مرات زياراته، فإن ذلك يعني حصوله على ترتيب أعلي، وهو ما يمكن أن يدر عليه دخلا إعلانيا، ومن ثم قد تساعد وصفات الميتا أصحاب بعض المواقع وخاصة التجارية من جذب زوار وهميين لمواقعهم، والإدعاء بأن ترتيبهم في مرتبة متقدمة من حيث الزيارات، بالرغم من أن مواقعهم قد لا تحتوي على المعلومات التي تتفق مع احتياجات متصفحيهم، فهي تمثل سلاحا ذو حدين، فقد تستخدم في تعزيز مكانة وشهرة العلامة التجارية لموقع ما، وقد تستغل بشكل سيئ ومجاني للوصول إلى مواقع أخري. فبالرغم من أن الميتا تاجز تصف محتويات الموقع، لكنها أحيانًا قد لا تقوم بذلك بشكل دقيق.

ويعد الاهتمام بتقنين وصفات الميتا من بين القضايا التي تحظى بعناية تشريعات الإنترنت، وأن تفاوتت الرؤية لها، ما بين الدعوة إلى تطبيق المبادئ التقليدية للملكية الفكرية عليها، وما بين استحداث نصوص جديدة تتوافق مع هذه التكنولوجيا الجديدة، بيد أن المشكلة تتمثل في عدم وجود نظير لهذه الظاهرة في الواقع غير الافتراضي، وبما يساعد على القياس عليها.

بيد أن وصفات الميتا قد تؤدي فعلاً إلى إرباك المتصفح/ المستهلك وحيرته، وهو ما أكده قرار لمحكمة بسان فرانسيسكو، في تناولها لقضية سلاسل لتأجير الفيديو West Coast Video، والتي طالبت بأحقيتها في استخدام عبارة MovieBuff ضمن وصفات الميتا الخاصة بها ضمن أكواد موقعها، بينما قالت محكمة الاستئناف إن هذه العبارة تخص

العلامة التجارية لمؤسسة بروكفيلد للاتصالات، وحكمت مبدئيًا بمنع شركة الفيديو من وضع هذا الكود ضمن وصفات الميتا الخاصة بها، وتم إعادة القضية إلى المحكمة الفيدرالية للمقاطعة، التي قال أحد قضاتها أن استخدام العلامة التجارية لآخرين ضمن وصفات الميتا، يعد أشبه بوضع إشارة لعلامة تجارية أخري منافسة في مواجهة المتجر، وأن المستهلكين ليسوا في حيرة إلى هذا الحد، فهم يعرفون أنهم يشترون من متجر معين. وقال القضاة إنه ليس كل استخدامات العلامات التجارية لآخرين ضمن وصفات الميتا تاجز يعد ممنوعًا، فلو قام موقع في الجزء النص الخاص به بمقارنة سلعه وخدماته، بما يقدمه منافسه، فإنه يحق له ذلك في إطار مبدأ الاستخدام المشروع. ومن ثم فإنه يمكن لمالك موقع ما استخدام العلامة التجارية الخاصة بآخرين ضمن واصفات الميتا الخاصة بموقعه، ولكن ينبغي أن يلتزم هذا الاستخدام بالدقة والموضوعية، وساعدت هذه القضية في توضيح بعض المعالم القانونية التي تفسر كيفية استخدام وصفات الميتا. وقد قامت West Coast Video بإزالة موقعها moviebuff. com ومن المتوقع أن تعيد تدشين موقعها باسم مختلف بعد صدور هذا الحكم.

كما اندلعت حرب قضائية بين تيري واليس Terry Welles ومؤسسة بلاي بوي، وكانت تيري تعمل موديلا في مؤسسة بلاي بوي 1981، وبدأت تدشن لنفسها موقعا خاصا بصورها وبأخريات ومصحوبًا بمواد جرافيكية على الإنترنت. ويتضمن موقعها كلمات مثل playboy, playmate، ضمن وصفات الميتا الخاصة بها، واعترضت مؤسسة البلاي بوي على ذلك، مدعية أن هذه العبارات والأكواد التي استخدمتها تيري تنتمي لإمبراطورية البلاي بوي، وأن استخدم تيري لهما سوف يحدث ارتباكا وحيره لدي المستخدم، والذي سيتم توجيهه بطريقة خاطئة إلى موقعها بدلا من التوجه المباشر عند التصفح للارتباط بموقع المؤسسة، وعندما رفضت تيري الإقلاع عن استخدام هذه الكلمات، رفعت المؤسسة قضية ضدها تطالبها بتعويض قيمته 5 مليون دولار لاعتدائها على علامتها التجارية، ولكن لم توفق في الحكم المبدئي، حيث نص الحكم على أحقية تيري في استخدام هذه المصطلحات، لأنها تعكس بدقة محتويات موقعها،

وبالرغم من خسارة مؤسسة بلاي بوي للقضية في نوفمبر 1998، لكنها أكدت استمرارها في القضية.

كما رفعت مؤسسة playboy قضية بنفس السبب تقريبًا ضدCalvin Designer Label في سبتمبر 1997، لاستخدامهم علامات البلاي بوي كجزء من أسماء حقولهم ضمن نصوص صفحاتهم وكوصفات ميتا بغرض جذب المستخدمين لمواقعهم، وحكم قاضي سان فرانسيسكو بمنعهم من استخدام هذه العلامات كجزء من أسماء الحقل وكذا بعدم جواز استخدامها ضمن واصفات الميتا الخاصة بهم أو الإعلانات التي يروجون لها. والفارق بين قضية تيري والقضية الأخرى، أن موقع تيري واليس كان اسمه (www. terriwelles. com) وهو ليس شبيها لموقع بلاي بوي على عكس موقع Calvin الذي ليس له علاقة ببلاي بوي، بينما واليس عملت مع المؤسسة.

وربما تؤسس هذه القضية سابقة في هذا المجال، ولكنها مازالت تثير العديد من التساؤلات حول ماذا يحدث لو أسيء استخدام وصفات الميتا، فلو ثبت إن استخدامها تم بفعل التضليل والخداع، فقد يعتبر هذا العمل غير أخلاقي وغير قانوني، إذ لا يجب استخدامها لخداع المستخدم، وإغوائه للذهاب لموقع ما عن غيره بشكل غير مشروع، فلو قام تاجر لبيع ألعاب أطفال على الإنترنت بوضع عبارة Disney store. ضمن أكواد لغة HTML الخاصة به لإغواء وإبعاد الذين يبحثون عن موقع ديزني ستور على الإنترنت، فإن هذا التاجر يكون قد قام بعملية خداع بربط موقعه بديزني ليجذب المستهلكين تحت مظاهر إغواء خادعة.

وفي قضية Oppedahl & Larson ضد Advanced Concepts قام الطرف الثاني باستخدام اسم الشركة الأولى ضمن وصفات الميتا الخاصة به، لتوجيه حركة مرور مستخدمي الإنترنت إلى موقعه بدلا من موقع الطرف الأولى الذي يمثل شركة معروفة في مجال القانون منتهكا قانون lanham، وتمت تسوية القضية بإزالة المتهم لهذه الوصفات.

المسئولية القانونية لمورد خدمة الإنترنت عن انتهاكات حقوق الملكية الفكرية :

ما هي مسئولية كل من المستخدم الفرد وشركة تزويد خدمات الإنترنت عن إعادة نسخ ونشر حقوق تأليف وأداء تتمتع بالحماية بموجب قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية؟ وَمنْ هو المسئول عن انتهاكات حقوق المؤلف؟ هل هو المستخدم الأخير لهذه الحقوق، والذي قام بتحميلها من الإنترنت واستغلالها، بدون تصريح من صاحبها؟ أم مزود خدمة الإنترنت، الذي سهل عملية الانتهاك هذه؟ وهل هي مسئولية تقع على عاتق المستخدم وحده؟ أم مسئولية تضامنية؟ وما هي طبيعة المسئولية القانونية لمزودي الخدمة؟ وما هو التصور القانوني لوضعية مزودي خدمات الإنترنت في القوانين المتعلقة بالإنترنت في بعض الدول.

فالعدد الضخم من الصفحات الموجودة على الإنترنت، يثير التساؤل حول قانونية مضمونها، بالإضافة إلى مسئولية مقدمي خدمة الإنترنت القانونية، من جراء استضافة مضمون غير قانوني، عبر مزوداتها، إذ بينما تشير بعض الأحكام القضائية إلى مسئولية مورد الخدمة إزاء ما ينشر أو يبث عبر خوادمه من مواد، فإن أحكامًا وآراء أخري تميل إلى تحميل المستخدم مسئولية ما ينشره على الويب، وبحق مورد الخدمة في قطع الخدمة عنه في حالة إخلاله بشروط التعاقد مع المورد.

ولتبيان المسئولية القانونية لمزودي الخدمة ينبغي توضيح الأدوار التالية:

(1) الناقل،

وهو يوفر عادة الوصول إلى شبكة الاتصالات عن بعد بشروط عادلة بين كل المستخدمين، إلا إنه في بعض الحالات لا يقتصر دوره على توفير النفاذ إلى الشبكة، فمن المعروف أن مؤسسات الاتصال عن بعد والموزعين بالكابل يمكن أن يضطلعوا بدور الناقل، وإذا ما كانت مؤسسات الاتصال عن بعد لا تتدخل مبدئيا في محتويات الاتصالات التي تنقلها إلى الجمهور، ولا تؤثر على وجهتها أو على موضوعها، فإن مؤسسات التوزيع بالكابل لها وضع مخالف لذلك، ويشبه في بعض الدول مثل كندا

وضع مؤسسات للبث الإذاعي، ذلك أن هذه المؤسسات اغتنمت فرصة الإمكانيات التي وفرتها شبكات الكوابل المحورية، فقامت بتقديم خدمات إضافية تفاعلية وتوزيع المعلومات، وهذا التعدد في الخدمات التي توفرها مؤسسات التوزيع بالكابل، جعل وضعها ذا صبغة مزدوجة، فهل هي مؤسسات للبث الإذاعي مع ما يترتب على ذلك من مسئوليات بخصوص المحتويات التي تختار إيصالها إلى الجمهور، أم مجرد مؤسسات للتوزيع بالكابل، وهو ما يثير الكثير من التساؤلات حول وضع الناقلين.

(2) صاحب الشبكة:

ووظيفته تختلف عن وظيفة الناقل، وصاحب الشبكة هو الذي يحدد سياسة شبكته في إيصال المعلومات، ويعلم الزبائن أو المشتركين بواسطة العقود التي يبرمونها أو بوثائق رسمية بموقفه من مسائل مثل الصيغة الخاصة للبريد الإليكتروني، وشروط استخدام البرامج المعلوماتية المتوفرة على الشبكة، والحق في القيام بالإعلانات التجارية، والحق في استخدام موارد الشبكة للأغراض الشخصية وغير ذلك. ومسئولية صاحب الشبكة مرتبطة ارتباطا وثيقا بدرجة الرقابة التي يمارسها أو التي يعتبر إنه يمارسها على المعلومات المنقولة عبر الشبكة أو المتوافرة فيها بطريقة من الطرق.

(3) المزودون بالمعلومات:

وهم ينتمون إلى أصناف متعددة، فكل من لديه حاسوب وبرامج معلوماتية ملائمة، يمكن له أن يرسل بريدا إلكترونيا إلى عدد من الأشخاص، أو أن يكون مزودا إليكترونيا يكرر رسالته إلى المستخدمين. والمستخدمون كذلك يزودون الشبكة بالمعلومات سواء بصفة إرادية، عندما يقومون بإرسال المعلومات بواسطة اللوائح lists أو بالبريد الإليكتروني أو في بعض الأحيان بصفة غير إرادية، لأن الاتصالات بالوسائل المعلوماتية تبقي أثرا، وفي الإمكان تجميع الارتباطات والمعاملات التي قام بها كل واحد من المستخدمين، ويمكن استخدام تلك المعلومات لغايات البحث أو الرقابة أو لمعرفة خصائص الاستخدام مثلا، فالأدوار في محيط الشبكات المفتوحة تكون غير محددة

بدقة، فالناقل وصاحب الشبكة والمزودون بالمعلومات يمكن أن يضطلعوا في ظروف معينة بدور مغاير للدور الذي يضطلعون به عادة، ولتحديد حقوق كل واحد من هؤلاء العاملين ومسئولياته يتعين القيام بتتبع هذه الأدوار لإضفاء الوصف المناسب عليها، وبقدر ما يمارس العامل درجة كبيرة من السيطرة على المعلومات، تزداد مسئوليته عن نشر المعلومات الضارة أو المعلومات التي تترتب عنها المسئوليات الجنائية.

ومزودو الخدمة هم الشركات التي تخصصت في توفير وصلات مع الإنترنت، وزبائنها يتراوحون ما بين أصحاب الأعمال الصغيرة، ومستخدمي الكمبيوتر المنزلي، وذلك مقابل رسوم معينة. كما أنهم يعطون العناوين على الإنترنت ويساعدون على إعداد المواقع الخاصة على الشبكة العالمية. وتسمي هذه الشركات بمزودي خدمة الإنترنت ISP Internet Services Providers، ويوجد عمليا شركة واحدة على الأقل من هذا النوع في كل بلد متصل مع الإنترنت، كما يوجد مختصون كبار بتقنيات الإنترنت يقومون بتوفير خدمات خاصة بأنفسهم، كالأخبار والمعلومات المالية، ومجموعات النقاش "المنتديات"، ويعرف هؤلاء المختصون باسم مزود الخدمة المباشرة OSP (Online Service Provider) ومن أمثلتهم Delphi, Prodigy, America Online, MSN, CompuServe، وهم يقدمون نفاذا محدودا إلى الإنترنت، بالإضافة لتقديم خدمات بأجر متاحة عبرها فقط. وتتميز هذه الخدمات بالتصنيف الواسع والدقيق للمعلومات، والتحديث المستمر لها. ويختلفون عن بعضهم بالكلفة والخدمات المتخصصة والجودة ودرجة القيود المفروضة على حرية التبادل وتحديد حجم التخزين.

وبينما يكتفي بعضها بتوفير الخدمة للمشترك، فإن البعض الأخر يوفر خدمات معلوماتية وتسويقية متعددة للمشترك مقابل مبلغ إضافي. وترتبط بعض الشركات بالشبكة كنشاط رئيسي لها، فمثلا تقدم شركة InfoSeek خدمة البحث عن المعلومات من بين قواعد معلومات موجودة، وتستعمل الشركات الأخرى الإنترنت كوسيلة إضافية تؤدي بها خدمات لزبائنها الحاليين والمستقبليين. مثل حالة متاجر البيع عن بعد عبر الإنترنت shopping malls، وكذلك حالة الشركات التي تطور وتحسن خدماتها

بفضل الشبكة، إذ تقدم شركة Federal Express أو شركة United Parcel Service سلسلة من الرزم في الزمن الحقيقي real time لها عبر الشبكة العنكبوتية العالمية وتدخل أيضاً ضمن هذه الفئة كافة الجامعات والمدارس ومراكز البحث التي تستخدم الإنترنت لنشر معلومات حول مؤسساتهم وبحوثهم (منشورات، خبرات.. الخ).

كما أن العديد من مزودي خدمة الإنترنت والخدمة المباشرة يؤجرون مساحات تخزين في أجهزة الحاسوب الخاصة بهم، لتمكين المشتركين من إنشاء مواقع لهم على الشبكة العالمية. وبعد القيام بتصميم الصفحات المراد عرضها على الإنترنت، والتي تتضمن معلومات عن الأعمال والمنتجات وما إلى ذلك، يتم نقلها إلى مزود الخدمة، وتسمي هذه العملية بالتحميل أو Uploading وعندما يزور شخص هذا الموقع، يقوم بتنزيل Downloading هذه المعلومات لقراءاتها، إلا أن هذه الخدمة تتوافر للأفراد فقط، فمزودو الخدمة لا يقومون عادة بتقديم أماكن للتخزين للمشتركين الذين لديهم أعمال كبيرة، ويفضل بعض الأشخاص أن يكون لهم سيطرة أكبر على موقعهم على الشبكة، ولذلك يتم استخدام طريقة السيطرة المباشرة على الموقع، وذلك بإعداد ما يسمي بخادم الشبكة الخاص، والذي يمكن أن يكون جهاز حاسوب شخصي مجهز بشكل مناسب أو أي نظام حاسوب قادر على تشغيل برامج خادم الشبكة. ويحتاج هذا الحاسوب إلى قرص صلب كبير بشكل كاف لتخزين الصفحات، بالإضافة إلى بعض البرامج التطبيقية التي تمكن من الاحتفاظ بالسجلات عن زوار الموقع، ويحتاج بالطبع إلى وصلة مع شبكة الإنترنت عن طريق الهاتف أو عن طريق شبكة الخدمات الرقمية المتكاملة، ويكون الموقع على الشبكة العالمية مؤثرا بالتركيز على سعة موجة الشبكة، أو السرعة التي يتم الاتصال بها مع أنظمة الحاسوب، وسرعة استجابة المستخدم لطلب يصله من الإنترنت، وسرعة التعامل مع المدخلات/ المخرجات، والموازنة بين الشبكة ونظام الحاسوب، فمن غير المجدي استخدام نظام حاسوبي عالي الأداء مرتبط مع شبكة بطيئة وبالعكس، ومن ثم من الضروري توفير معدات تعمل بدون توقف طوال اليوم بحيث يمكن أن يزور الناس، الموقع في أي وقت، ومن أي مكان.

وقد لعبت هذه الشركات وخاصة الأمريكية دورًا مهما في تشكيل صورة الإنترنت منذ نهاية الثمانينات وبداية التسعينات مثل شركات أمريكا أون لاين وكمبيوسيرف وبرودجي ودلفي. ولكل شركة من هذه الخدمات سياساتها المعلنة غالبا سواء في استخدام الخدمة أو فيما يتعلق بحماية خصوصية مشتركيها ومعلوماتهم الشخصية، وكذا المتعلقة بالعقوبات. ويلعب مزودو الخدمات دورًا مهمًا في تنظيم الإنترنت وإداراتها، ووضع قواعد لاستخدامها، وفي بعض الدول تعد هي عين الحكومات على استخدام الإنترنت، حيث تراقب المستخدمين، وتتبع طرق تصفحهم للإنترنت، وقد تستخدم سجلاتها كدليل قانوني لإدانة متهم، بيد إن ثمة تساؤلات قانونية أخري مازالت معلقة بخصوص حدود المساءلة القانونية التي يمكن أن تقع على مزودي الخدمات: فهل هم مجرد موزعين للمعلومات أم ناشرين لها؟ وهل هم مجرد ناقلين للمعلومات مثلهم مثل شركات التليفونات؟ أم أن لهم وضعا خاصا؟ وهل يحق لهم الاحتفاظ بسجلات استخدامات المتصفحين للشبكة؟ وهل يجوز الاستعانة بأنظمتهم التخزينية كأدلة قانونية؟ وإلي أي مدى تقع عليهم مسئولية إساءة استخدام الإنترنت من قبل مشتركيهم؟ ووفقا لأية ضوابط.. الخ و تحدد الإجابة عن هذه الأسئلة، حدود وأبعاد الدور الذي يمارسه مزودود خدمات الإنترنت في تنظيم إداراتها.

وقد تزايدت مشكلة المسئولية القانونية لمزودي الخدمة، مع تصاعد سهولة عملية النشر على الإنترنت، فقد يقوم مؤلف مقالة معينة أو كاتب بنشر مقالته أو كتابه على صفحة خاصة به على الإنترنت، أو قد يقوم مصور فنان مثلا بنشر الصور التي التقطها لمدينة ما على صفحته الخاصة كذلك، وبالتالي يستطيع أي شخص في العالم لديه إمكانيات الاتصال بالشبكة العالمية من الوصول لهذه المعلومات، وذلك باستعراض هذه الصفحات وقراءة المقال أو استعراض الصور، حتى ولو كانت هذه المعلومات تتمتع بالحماية بموجب قوانين حماية حق المؤلف والأداء، ومسجلة في الدوائر الرسمية التي توفر الحماية للنسخ المادية المتوافرة منها.

ومن ناحية فنية فإن هذه العملية تقتضي أن يقوم برنامج متصفح بنسخ جميع

الصور بشكل تلقائي إلى جهاز كمبيوتر المستخدم، بحيث تتوفر نسخة إليكترونية مطابقة للأصل تماما، وموجودة على الجهاز الفردي للمستخدم، مع العلم بأن هذه العملية قد تتم في أغلب الأحيان دون علم المستخدم بل ودون موافقته على ذلك.

وزيادة على ذلك فإن العديد من شركات تزويد خدمة الإنترنت تقوم بتقديم خدمة إضافية، وهي خدمة الـ caching لعملائها، وذلك من خلال تخزين الصفحات والمعلومات والصور على الإنترنت، وذلك لتسهيل وتسريع عملية الوصول للمعلومات، فبدلاً من أن يقوم المستخدم باسترداد المعلومات والصور من مصدرها مباشرة من الإنترنت (العملية التي قد تأخذ بعض الوقت) يقوم هذا الخادم proxy server بتزويد المستخدم بصورة طبق الأصل عن جميع المعلومات والصور المخزنة محليا ودون اللجوء للشبكة العالمية.

وتتمثل العملية الأولى في قيام برنامج مستعرض الإنترنت بتخزين الصور تلقائيا على جهاز المستخدم، والعملية الثانية تتمثل بقيام شركات تزويد خدمات الإنترنت بتخزين المعلومات المحمية على خادمها الخاص، وهو ما يطرح سؤالا قانونيًا أخر وهو: ما هي مسئولية كل من المستخدم الفرد وشركة تزويد خدمات الإنترنت عن إعادة نسخ ونشر معلومات وصور محمية أصلا بموجب قوانين حماية حقوق المؤلفين. والإجابة على هذا التساؤل كما هو الحال بالنسبة لحماية أسماء الدومين، غير حاسمة حتى الآن، حيث أن النقاش لا يزال محتدما في هذا المجال.

ومن ناحية أخري، فإن أصحاب الحقوق المعنوية الذين يقومون بنشر إنتاجهم الأدبي والفني على شبكة الإنترنت يشبهون إلى حد كبير شركات الإنتاج السينمائي والتليفزيوني من حيث تعرض حقوقهم الأدبية للسرقة إذا صح التعبير. وعلي عكس المستخدمين الأفراد، فإن شركات تزويد خدمات الإنترنت تقوم بنسخ هذه المصنفات على أجهزتها الخاصة servers، وذلك لتسهيل الوصول للشبكة إلا أن غايات هذه الشركات هي تجارية بحتة، وبذلك فإن الحكمة من وراء مبدأ الاستخدام المشروع

تنتفي، إلا أن السؤال الآخر المهم في هذا المجال هو: هل يعتبر تخزين المعلومات بهذا الشكل استنساخا reproduction للمصنفات، بحيث يشكل خرقا لقوانين حماية حقوق المؤلف؟ وهل تعتبر عملية تخزين المعلومات على خادم شركة تزويد خدمات الإنترنت proxy server هي إعادة استنساخ للمصنف الفكري؟ وهل يعتبر هذا النسخ قد تم بشكل مادي؟ وهل يعتبر النسخ الرقمي نسخا ماديا؟ وهل تعتبر المصنفات الفكرية الأدبية والفنية والمنشورة بشكل رقمي على الإنترنت مصنفات تخضع لحماية قوانين الملكية الفكرية في حالتها الحالية؟ وإذا كانت الإجابة بنعم، فما هو أسلوب الحماية الذي يمكن إتباعه للوصول إلى هذه الغاية؟

وقد استند مؤيدو هذا الاتجاه في تبريرهم إلى قضية تتعلق بأجهزة الفيديو المنزلي سبق وأن فصلت فيها المحاكم الأمريكية، حيث قام أصحاب شركات الإنتاج السينمائي بمطالبة شركات صناعة أجهزة الفيديو المنزلي بنسبة من أرباحهم المترتبة على بيعهم لهذه الأجهزة، وقد استندوا في ذلك بان مستخدمي أجهزة الفيديو المنزلية يقومون بتسجيل البرامج التليفزيونية المحمية بموجب القوانين باستخدام الفيديو المنزلي، وعليه فإن أرباح شركات الإنتاج السينمائي والتليفزيوني تضررت بشكل كبير ماديا جراء هذا الاستخدام. وقد جاء قرار المحكمة الأمريكية مؤيدا لأصحاب شركات صناعة أجهزة الفيديو بناء على مبدأ الاستخدام العادل fair use. وتنطبق هذه الحالة على المشاكل القانونية المذكورة سابقا، وذلك من حيث وجود مصنفات معينة محمية بموجب القوانين ومنشورة على الإنترنت، وذلك عندما يقوم البرنامج مستعرض الإنترنت بنسخ هذه المصنفات لغاية واحدة فقط، وهي تسهيل استخدام الإنترنت، وبهذا فإن الشركات التي تصنع برامج استعراض وتصفح الإنترنت والشركات المزودة لخدمة الإنترنت تقابل الشركات التي تصنع أجهزة الفيديو وتقوم ببيعها للمستخدمين في المنازل مثل المثال المذكور.

بينما يرى فريق أخر أن المستخدم يقوم بإنشاء اتصال مباشر بالإنترنت عبر مزودي

الخدمة بتكلفة المكالمة المحلية مقابل رسم معين، ومن ثم يلعب هؤلاء المزودين دورا أساسيا وهاما في وصول المستخدم لشبكة الإنترنت، وبناء عليه يمكن تبرير مسئوليتهم عن استخدام الأفراد المشتركين لديهم لشبكة الإنترنت بشكل أو بآخر، كما يمكن مساءلتهم عن أنشطة مشتركيهم إذا كانوا على معرفة بهذه الأنشطة، بينما تتردد المحاكم في مساءلتهم في حالة عدم معرفتهم بهذه الأنشطة، ومن المؤكد أن مورد الخدمة سيكون معرضا للمساءلة في حالة تورطه بشكل مباشر في انتهاك حقوق التأليف، فمثلا لو قام مورد للخدمة بوضع نسخة إليكترونية من أحدث قصة أو نسخة مسروقة من برنامج مايكروسوفت ورد على لوحته الإليكترونية أو موقعه، ففي هذا الحالة سيتم مساءلته مثل الآخرين.. وأن كان يمكن مساءلته حتى لو لم يكن متورطا بشكل مباشر في نسخ الأعمال المحمية فهو مسئول عن التجهيزات أو المعدات التي تسمح بإتمام عملية السرقة والنسخ لأعمال تخص الآخرين، والتي تتم بدون تورط مباشر من أي شخص، فخوادم المزود تقوم بنسخ آلاف الملفات من الجماعات الإخبارية كل يوم، بالرغم من أن هذه الملفات تحتوي بلا شك على مواد محمية، وأن لم يوجه بعد مثل هذا الاتهام لمزود خدمة.

فثمة نظريتان في هذا الصدد أحدهما تقول إنه يمكن توجيه الاتهام لمزود الخدمة وفقا لمفهوم المساندة أو المساعدة في عملية التعدي "contributory infringement" باعتبار إنه أسهم أو تسبب في حدوث هذا التعدي على حقوق الآخرين وبمعرفتهم لأعمال التعدي هذه، والنظرية الأخرى تقوم على مفهوم المسئولية البديلة "vicariously liability"، والتي ترى إمكانية توجيه الاتهام في حالة ما إذا كان لدي المزود الحق أو القدرة على التحكم في أعمال المتعدي ويتلقى فائدة مالية مباشرة من عمله، ويمكن أن يتأسس هذا الفهم بدون معرفة المتهم بشكل حقيقي بأنشطة المتعدي، ووفقا لهاتين النظريتين يمكن أن يتعرض مزود الخدمة للمساءلة لانتهاك حق المؤلف حتى لو يكن متورطا بشكل مباشر في عمليات التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين.

وقد أثارت الاتفاقية الدولية لمكافحة الجريمة الإليكترونية التي رعاها الاتحاد الأوربي الكثير من التساؤلات حول استخدام سجلات مزودي الخدمات كأدلة لتحري وتقصي ارتكاب الجريمة، حيث أبدت جماعات الحرية المدنية اعتراضها على هذا الاستخدام، مؤكدة إنه يتعارض مع حرية استخدام الإنترنت.

مزود الخدمة وعلاقتهم بالمشتركين:

يمكن لمزود خدمات الإنترنت من الناحية النظرية، أن يكتشف كل أفعال مستخدم الإنترنت عندما يتصل بالشبكة، ويشمل ذلك عناوين المواقع التي زارها، ومتى كان ذلك، والصفحات التي اطلع عليها، والملفات التي جلبها، والكلمات التي بحث عنها، والحوارات التي شارك فيها، والبريد الإلكتروني الذي أرسله واستقبله، وفواتير الشراء التي ملئها، والخدمات التي اشترك فيها.

لكن من الناحية الفعلية تختلف كمية المعلومات التي يجمعها مزود خدمات الإنترنت عن مستخدم الإنترنت باختلاف التقنيات والبرمجيات التي يستخدمها، فإذا لم يكن مزود الخدمة يستخدم مزوادت بروكسي (تتسلم وتفلتر كل الطلبات) وبرمجيات تحسس الحزم الخاص IP (تحلل حركة المرور بتفصيل كبير)، فقد لا يسجل سوي البيانات الشخصية لمستخدم الإنترنت ورقم packet sniffer بالكمبيوتر المتصل، وتاريخ وزمن الاتصال بالشبكة والانفصال عنها.

أما إذا كان الاتصال يمر عبر Proxy بروكسي فترتبط مستوي التفصيلات بالبرمجيات التي يستخدمها مزود الخدمة، والتي يمكن أن تصل في حدها الأقصى، إلى المستوي النظري، في حال كان الاتصال يتم عبر خط خاص مؤجر، للمؤسسة التي يعمل فيها مستخدم الإنترنت. ويمكن لها معرفة هوية مستخدمي الإنترنت حتى لو استخدموا اسم مستعار وعنوان بريد إليكتروني زائف. فالجهة التي تصل مستخدم الإنترنت بالخدمة الرئيسي الذي يشترك معه (ISP) أو كمبيوتر المؤسسة التي يعمل بها إذا كانت

تتصل بالإنترنت عن طريق خط خاص مؤجر، أما مضيفي المستخدم، فهم المواقع التي يزورها وهو يستعمل صفحات الإنترنت.

ويمكن عن طريق مزود خدمة الإنترنت الذي تحتفظ كمبيوتراته بسجلات عن كافة الاتصالات، تضم حقلا لرقم أو حقلين لكل من تاريخ وزمن الاتصال، وحقلا لاسم المشترك، ويكفي أن تزود الجهة المتضررة بقيمة الحقول الثلاثة الأولى (تكون عادة مسجلة لديها) كي يكتشف اسم المشترك، ويمكنه بالتعاون مع مؤسسة الهاتف الوصول إلى الرقم الذي تم عن طريقة الاتصال، لكن هذه الإجراءات تتطلب تدخلا من قبل الجهات الرسمية المشرفة على تطبيق القانون.

ويلاحظ أن معظم مزودي خدمات الإنترنت لا يطلعون على السجلات، ما لم يطلب منهم ذلك بأمر رسمي من الجهات المسئولة عن تطبيق القانون، وفي هذا الإطار يمكن لمأموري الضبط القضائي معاينة مسرح الجريمة الإليكتروني، وكشف تحركات مستخدم الإنترنت وماذا كانت تشكل جريمة من عدمه. ولكن تبقى إمكانية التطفل على أفعال المشتركين قائمة، لكنها تتطلب جهوداً كبيرة، ووقتاً طويلاً، بالإضافة إلى أن معظم مزودي خدمات إنترنت غير مستعدين للمخاطرة بسرية المشتركين، وخسارة بعضهم. ولا يهتمون، لهذا السبب، بمراقبة المشتركين، بدلالة أنهم يرسلون رسائل البريد الصادر، بأسرع ما يمكن، لتحرير المساحات التي يشغلها على الأقراص الصلبة. ويحذفون البريد الإلكتروني الوارد، بسرعة، بعد أن يجلبه مستخدم الإنترنت إلى كمبيوتره الخاص.

وقد يختلف الأمر بالنسبة للعاملين في المؤسسات الكبيرة التي تتصل بالإنترنت عبر خطوط خاصة مؤجرة، ويتوفر لديها مزود داخلي، فمن مصلحة مدراء هذه المؤسسات، فرض رقابة على الموظفين، لمنعهم من تبديد وقت العمل في تصفح مواقع الرياضة، والدردشة، على شبكة ويب أو مواقع مشبوهة، وربما يراقبون بريدهم الإليكتروني أيضاً، للتأكد من أنهم لا يعملون لحساب جهة أخري أو لحسابهم الخاص (ممدوح عبدالحميد، 2000).

تطور الوضع القانوني لمزود الخدمة في بعض البلدان:

ثار في الآونة الأخيرة بالولايات المتحدة جدل كبير حول مسئولية الشركات التي توفر خدمة "الإنترنت" تجاه بعض أعمال الإرهاب والتهديد التي قد يمارسها بعض مستخدمي الشبكة، ضد أفراد أو أطراف أخرى من خلال مواقع هذه الشركات على "الإنترنت"، والتي تتيح خدمات مجانية عديدة مثل جماعات المناقشة ومجموعات الأخبار والأحاديث وغيرها من الأدوات التي تمكن مستخدم الشبكة من توصيل معلومات معينة بشكل مجاني إلى المستخدمين الآخرين. وقد ثار هذا الجدل بعد أن قام شخص بمدينة كلورادو الأمريكية باستخدام موقع مخصص للأحاديث العشوائية على موقع شركة أمريكا أون لاين في توجيه تهديدات صريحة لإحدى الكليات في جامعة كولومبيا، وفور اكتشاف التهديد تم إبلاغ سلطات الأمن التي أصدرت أمرا بملاحقة صاحب هذه المعلومات وتحديد هويته. وفي غضون ذلك ثار جدل حول المسئولية القانونية للشركة التي فتحت موقعها لمثل هذه الأحاديث.

وثار تساؤل حول ما إذا كانت سلطات الأمن ستوجه أي مسئولية للشركة تجاه ما حدث؟ أم أن مسئولية ما حدث تقع على المستخدم وحسب. وقد اتفق أغلب القانونيين الذين تم استطلاع رأيهم على أن الشركة لن تقع عليها أية مسئولية، لأنها فقط توفر منتدى للحديث، لكنها لا تنشر خطب الناس وكلامهم، في حين تحفظ قانونيون آخرون على وجهة النظر هذه، وقالوا أن الشركات مطالبة بأن تقدم جميع المعلومات التي لديها، وتطلبها الجهات المختصة عن مستخدمي خدمتها لمعرفة مَنْ يقوم بمثل هذه الأعمال، لكن الشركة ردت على هذا الرأي بأن هناك الملايين من الناس الذين يستخدمون الإنترنت حاليا بشتى الطرق، ومن الصعب جدا مراقبتهم.

وقد حاولت قوات المهام الخاصة لتقنية المعلومات IT Special Task Force التي أسسها البيت الأبيض الأمريكي أن تفرض شروطا صارمة، على مقدمي خدمة الإنترنت، وتحملهم المسئولية القانونية، في حال استضافتهم لمحتويات غير قانونية،

دون الحاجة إلى إثبات علمهم بوجود تلك المحتويات على خوادمهم. ولكن هذه الخطوة واجهت الكثير من المعارضة، من قبل جهات عديدة، رأت إنه حل سخيف، وسيلحق ضررًا بتطور التجارة الإليكترونية عبر الإنترنت. وتم إنهاء هذا الجدال بموجب القانون الألفي الرقمي لحق الطبع Digital Millennium Copyright Act الصادر في عام 1998، والذي منح مقدمي خدمة الإنترنت، حماية في بعض القضايا، وحملهم المسئولية في قضايا أخري، حيث يجرم القانون محاولات الالتفاف حول الوسائل المستخدمة من قبل ناشري البرامج لمنع نسخ برامجهم أو إظهار وعرض العمل غير المرخص علانية، مع بعض الاستثناءات مثل الاستخدام غير الربحي والاحتياجات القانونية، وفي حالة التخوف من المساس بحق الخصوصية. ويحق للمحكمة في حالة حدوث الانتهاك بتعويض المالك، وأمر المتعدي بالتوقف عن عمله، وفرض غرامة تقدر بثلاثة أضعاف الخسائر الواقعة في حالة تكرار التعدي، وحبسه حتى 10 سنوات في حالة حصوله على منفعة شخصية أو مالية.

وقد تبني التوجه الأوربي حلولا مماثلة بحيث لا يتحمل مقدمو خدمة الإنترنت مسئولية استضافة مضمون غير قانوني، في حال إبلاغ المقدم، بوجود هذا المضمون على خوادمه، وقيامه باتخاذ الإجراءات اللازمة لإزالته في مدة زمنية معقولة، حيث طالبت الشركات الأوربية الموفرة لخدمات الاتصال بالإنترنت بحمايتها من المساءلة القانونية بجريرة مخالفات يرتكبها زبائنها، وقالت إنه ليس من العدل محاسبة هذه الشركات على مخالفات قانونية ارتكبها آخرون باستخدام شبكاتهم، فتوفير الاتصال بالإنترنت لا يشبه القيام بأعمال النشر التقليدي، وقالوا أنهم يرفضون لعب دور حامي القيم الأخلاقية في المجتمع، بينما رأت المفوضية الأوربية أن موفري خدمات الاتصال بالإنترنت يتحملون مسئولية ما يجري عبر شبكاتهم، مما أثار غضب هذه الشركات. وفي ذات الوقت حاولت الحكومة البريطانية منع موفري خدمات الإنترنت من استضافة بعض المجموعات الإخبارية، كما مارست منظمات حماية الشبيبة في ألمانيا ضغوطها لفرض رقابة على المحتويات التي تنشر عبر شبكة الويب والمجموعات الإخبارية وحتى البريد الإليكتروني.

ووفقا للقانون الفرنسي فإن مورد الخدمة مسئول عن أخلاقيات المحتوي الذي يوزعه، ومن ثم يمكن مساءلته لانتهاكه خصوصية الآخرين مثلا، ففي قضية رفعتها عارضة الأزياء Lefebure ضد أحد موردي الخدمة، لسماحه لأحد مشتركيه بنشر صور عارية لها على موقع يستضيفه المورد، وقالت أن هذا النشر أنتهك خصوصيتها، ويعد مسيئًا لسمعتها المهنية، ورأت المحكمة أن مورد الخدمة يجب أن يلتزم بحماية أخلاقيات مَنْ تقدم لهم الخدمة، وأن الأطراف المتعاقدة معه، يجب أن تحترم القواعد الحاكمة للويب، وكذلك القوانين الوطنية المنظمة وحقوق الطرف الثالث، وأنها يجب أن تتأكد من أن المشتركين ملتزمين بقوانين حماية الخصوصية والملكية الفكرية، لذا قررت المحكمة إغلاق الموقع المتهم، وتغريمه 50 ألف فرنك فرنسي، وتغريم مورد الخدمة 100 ألف فرنك عن كل يوم لا يلتزم فيه بتطبيق الإجراءات اللازمة لضمان عدم احتمال نشر الصور في أي موقع تقدمه الخدمة.

قضايا مساءلة مزودو الخدمة:

قضية مركز التكنولوجيا الديني بأمريكا Religious Technology Center، والتي وقعت في عام 1995 ضد شركة نتكووم. حيث قامت إحدى الجماعات الإخبارية التي تديرها نتكوم كمزود للخدمة، بنشر مواد تتمتع بالحماية ومملوكة لكنيسة Church of Scientology ضمن مواد هذه الجماعة، وطلبت الكنيسة من "نتكوم" منع وصول المستخدم المتورط في الحادث للإنترنت، وإزالة كل الملفات التي تتضمن المواد الخاصة بها من خوادمها، ولما رفضت كل من الجماعة الإخبارية ونتكوم القيام بذلك، رفعت الكنيسة القضية للمحاكم، والتي وجدت أن كليهما لم ينتهك حقوق الكنيسة بشكل مباشر، باعتبار أنهما لم يقوموا بأية خطوات إيجابية للمساهمة في عملية النسخ هذه. كما أن أنظمة الكمبيوتر لدي الطرفين تعمل بشكل إلي في استقبال ونقل رسائل المشتركين، ومن ثم لم تجد المحكمة دليلا كافيا لإثبات ادعاء التعدي المباشر، كما وجدت أيضاً انهما لم يتحصلا على مكافأة مالية مباشرة لبث هذه المواد، وأن وجدت المحكمة أن نتكوم

تعد مسئولة بمساندتها للمتهم بوضع هذه الملفات على خوادمها، ولكن المحكمة أقرت إنه لا يمكن مساءلة نتكووم إلا إذا كانت تعرف بهذا التعدي مسبقا، فلو كانت تعرف أو يجب أن تعرف بوجوده على خوادمها، وفشلت في إزالته، فإن هذا الفشل يعادل ما يعرف بالمساندة في إتمام عملية التعدي والانتهاك لحقوق الكنيسة، وأن كان إخطار الكنيسة لنتكوم يمكن أن يوفر دليلا على فشل نتكوم في التصرف بعد الإخطار، ولكن قبل أن يتم تسوية هذه النقطة الأخيرة، قام الطرفان بتسوية القضية.

وهو ما حدث في قضية مدير أحد النشرات الإليكترونية، الذي سمح لمشتركيه بتحميل وتنزيل ألعاب سيجا الإليكترونية، حيث وجد مذنبا وفقا لمفهوم المساعدة في عملية التعدي، بالرغم من إنه ليس منتهكا بشكل مباشر لحقوق ملكية هذه الألعاب، ولكن لأنه يعرف بعمليات النسخ هذه، وطور مشروعا لتشجيع تنزيلها من الإنترنت. كما وجد مدير أحد النشرات الإليكترونية ومزود الخدمة Frena، مذنبا بالتعدي على صور تتمتع بالحماية ومملوكة لبلاي بوي Playboy Enterprises بالرغم من إنه لم يقم بالنسخ بنفسه، ولم يثبت معرفته بوجودها، وتمت مساءلته فقط لتوفيره وسائل تم باستخدامها توزيع النسخ هذه الصور للجمهور.

ومن بين القضايا البارزة أيضاً، في هذا الصدد، القضية التي أقيمت ضد شركة برودجي لقيام أحد مشتركيها بوضع بيانات في إحدى جماعة النقاش واللوحات الإليكترونية التي ترعاها. حيث أثارت هذه القضية تساؤلاً حول مسئوليتها عما قام به هذا المشترك، وهل تعد موزعًا للمعلومات مثل مكتبة أو متجر للكتب أم ناشر للمعلومات مثل صحيفة؟ فلو كانت موزعا فلن يتم مساءلتها عن هذه المعلومات، ولكن لو تم اعتبارها ناشرا، فإن سيتم مقاضاتها (باعتبار أنها يجب أن تقوم بعملية رقابة على محتوي المعلومات التي تحملها وتنشرها). وقد أصاب قرار المحكمة موردي الخدمات بالصاعقة، حيث تم إدانة برودجي، لأن سياساتها تقوم على مراقبة ومتابعة ما يبث عبر منابرها، ومن ثم فهي تعتبر ناشرًا، ومسئولة قانونيا عن هذه البيانات التي

تتضمن قذفا في حق آخرين، وإن تم تسويه القضية بين برودجي والأطراف الأخرى، ولكن القاضي رفض سحب القضية.

وفي قضية شركة كمبيو سيرف وجدت المحكمة أنها تصرفت فقط كموزع للمعلومات في جماعات النقاش، وإنها ليست مسئولة قانونيا، لأنها لم تعرف بوجود البيانات التي تضمنت قذفا وتشويها على خوادمها، وعلق البعض على الحكمين بأنه تم إدانة برودجي لقيامها بأعمال إضافية في مراقبة ومتابعة جماعات النقاش على خودامها، بينما لم تقم كمبيوسرف بذلك، ومن ثم تم تبرائتها، وهو ما دعا البعض إلى الدعوة لتجنب مراقبة جماعات النقاش، خوفا من المساءلة القانونية وأن كان ذلك قد يزيد من حدة تبادل عبارات القذف والتشهير عبر مثل هذه الجماعات.

و في قضية مؤسسة كيوبي Cubby ضد كمبيوسيرف في 1991، حكمت المحكمة بأن مورد الخدمة هو مثل الموزع Distributor وليس ناشرا وأنه لا يمكن مساءلته قانونيا عن بيانات وضعها مشترك في إحدى الجماعات الإخبارية. وفي قضية زيران Zeran ضد أمريكا أون لاين في 1998 حكمت المحكمة بأنه لا يمكن مساءلة شركة أمريكا أون لاين قانونيا لوجود رسائل بثها أحد مستخدميها تمجد حادث تفجير أوكولاهما، وذلك وفقا لقانون CDA (قانون حشمة الاتصالات) الذي يحصن مورد الخدمة من المساءلة القانونية، وقالت المحكمة إنه يصعب على مورد الخدمة القيام بدور الناشر التقليدي على الإنترنت، حيث لا يستطيع القيام بعبء التحقق من المواد التي تبث عبر خوادمه أو تقييمها لكثرتها وتنوعها وغزارتها.

وباستخدام مبدأ الملاذ الأمن Safe harbor أيضاً لم توجه المحكمة اتهامات لأمريكا أون لاين بالإساءة لأحد كتاب الأعمدة، بالرغم من قيام المدعي بإثبات أن موظفا بالشركة هو الذي أسئ إليه، وأن أمريكا أون لاين تعمل كمورد للمضمون، وتمارس رقابة تحريرية editorial control على ما تبثه، وأنها ليست موزعا سلبيا passive distribution يسهل فقط وسائل النشر وقالت المحكمة أن هذا المبدأ يمنعها من توجيه اتهام للشركة.

وفي 26 مارس 1999 حكمت محكمة بريطانية بمساءلة مورد على إنه ناشرًا، لبثه مواد مسيئة، خاصة وأن المدعي قام بتنبيه المورد للمواد التي تسئ إليه، وطالبه بحذفها. وقد أثار هذا الحكم مخاوف من قيام موردي الخدمات بممارسة صنوف شديدة من الرقابة على الرسائل التي تبث عبر خدماتها، وتم تسوية القضية في إبريل 2000 بموافقة المورد على دفع 25 ألف دولار تعويضا بالإضافة إلى أتعاب القضية.

بينما وفي بريطانيا أيضاً، والتي يحمي فيها قانون التشهير (Defamation Act لسنة 1996) موردي الخدمة من المساءلة، برأت المحكمة مورد خدمة Demon Internet من الاتهام بنشر معلومات مسيئة في حق أحد مشتركيها يدعي جودفري Godfrey، والذي طالب المورد بإزالتها، وقال في قضيته أن المورد لا يمكن أن يدعي أن هذه المواد تمت من قبيل "النشر البريء" Innocent dissemination، وقالت المحكمة بأن المورد قام "باهتمام معقول" reasonable care بمحاولة إزالة هذه الإساءات في حق جودفري، ومن ثم تم تبرأته.

أما عن حق مزود الخدمة في قطع اتصال مشتركيه بالإنترنت، في حالة مخالفتهم للسياسة التي يتبعها، فمن بينها ما أصدرته محكمة في تكساس لصالح أحد موردي الخدمة Internet America لقيام أحد المستخدمين ببث رسائل تتضمن إساءة شخصية وتجارية لها، وتهديد وانتهاك لخصوصية الآخرين. كما حكمت محكمة بذات الولاية ولذات الشركة بحقها في منع اتصال أحد مشتركيها بالإنترنت مؤقتا، لقيامه ببث رسائل تتضمن إساءات شخصية وتجارية وتهديد وانتهاك الخصوصية. ونفس الحكم تقريبا صدر في قضية Doe ضد أمريكا أون لاين لقيام بوضع صور إعلانية جنسية لطفل يبلغ من العمر 11 عاما في إحدى حجرات الدردشة.

وفي كندا رفعت لجنة حقوق الإنسان 1997 قضية ضد احد منكري الهولوكست لمنعه من وضع رسائل على موقع يصف الهولوكست بأنه كذبه القرن، حيث تم إغلاق الموقع، وفقا للقوانين التي تعطي الحكومة سلطة الرقابة على الاتصالات السلكية، وقد

اعتبرت هذه القضية بمثابة مؤامرة أكثر منها انتهاك لقانون مكافحة التحريض anti-hate الكندي.

كما أثيرت قضية مكان محاكمة المتهم، باعتبار أن فعل التعدي على حقوق الآخرين قد يتم في بلد أخر، فمثلا رفضت إحدى المحاكم في كاليفورنيا قضية رفعتها شركة Naxos Resource الأمريكية ضد صحيفة كندية نشرت عدة مقالات اعتبرتها الشركة مسيئا لها، وقالت إنه بالرغم من إنه يمكن الوصول من كاليفورنيا عبر الإنترنت لهذه المقالات، فإن ذلك ليس كافيا لإقامة دعوى ضد الشركة بكاليفورنيا. وتم تطبيق مبدأ الملاذ الآمن safe harbor في قضية رفعها بريطاني يدعي Godfrey ضد جامعة Cornell الأمريكية لوجود تعليقات مسيئة عنه بموقعها، قام بوضعها طالب في أحد الجماعات الأخبارية التي ترعاها الجامعة (وهذه القضية رفعها مواطن غير أمريكي أمام المحاكم الأمريكية).

كما حكمت محكمة كاليفورنيا في عام 1997 بعدم وجود تشريع يسمح لها بمقاضاة ناشر مجلة باري ماتش الفرنسية في قضية رفعها الساحر الشهير كوبرفيلد ضد المجلة، وقالت المحكمة أن نشاط الناشر ليس موجها بشكل عمدي إلى كاليفورنيا، وأن للمجلة توزيعا محدودا بها، وأن استخدام الناشر للإنترنت لتعزيز نشر مجلته هو مجرد عمل إعلاني سلبي، وأنه يمكن فقط مقاضاة الموقع إذا كان قد تم تدشينه أو صيانته أو استضافته ضمن حدود الولاية، وأن منتجي مواقع الويب لا يختارون إراديا مَنْ يستقبلون مادتهم، ومن ثم يصعب محاكمة أصحاب المواقع أو القائمين على رعايتها في أي مكان في العالم. كما رفضت محكمة أمريكية في ديلاور في عام 1998 الإدلاء بحكم لصالح شخص يدعي كليتونClayton ضد أخر يدعي فارب Farb يتهمه بنشر معلومات تتضمن سبًا وقذفا في حقه على موقعه، وقالت المحكمة أن إتاحة الإنترنت لإمكانية الوصول للموقع من ولاية لأخرى، لا يشكل سببا كافيا لإقامة الدعوى على المتهم، إلا إذا كان من مقيمي الولاية أو يتحصل على عمل دائم بها.

كما قضت إحدى المحاكم بإمكانية الكشف عن هوية المستخدم المسيء لحقوق الآخرين، حيث أمرت محكمة كندية بالكشف عن هوية مستخدم مجهل لياهو 1998 حيث حصل المدعي (مؤسسة Phillip) على أمر محكمة ضد عدد من موردي الخدمة مثل أمريكا أون لاين، وكمبيوسيرف، والأفراد قاموا بنشر معلومات تسئ لسمعته وسمعة موظفيه، وقد أثارت هذه القضية تساؤلات حول حقوق ومسئوليات مستخدمي تقنيات التجهيل على الإنترنت في مواجهة حقوق ومسئوليات مزودي الخدمة.

وفيما يتعلق بالقضايا التي تمثل انتهاكًا للملكية الفكرية الخاصة بآخرين، أدانت محكمة ألمانية في أبريل 2000 أمريكا أون لاين بانتهاك هذه الحقوق، حيث عرضت بين خدماتها إمكانية نسخ ملفات موسيقية غير مرخص بها مملوكة لشركة HitBox Software. كما قضت محكمة شنغهاي بالصين في يوليو 2000 بانتهاك (شركة للكمبيوتر والجرافيكس) لحقوق ملكية شركة Adobe، وذلك لقيام الشركة الأولى بنسخ برامج مملوكة لشركة أدوبي، وطالبت الشركة الصينية بدفع 18,116 دولار تعويضا، وقالت أن حكمها يتفق مع اتفاقية برن لحماية الأعمال الفنية والأدبية، وأن شركة أدوبي تتمتع بحماية القانون الصيني لوجود مكتب مسجل لها في الصين، وهو حكم ذو دلالة باعتبار إمكانية تطبيق حقوق الملكية الفكرية في دول أخري، وفقا لاتفاقيات دولية.

من بين أمثلة نماذج حقوق النشر لمواقع إعلامية على الإنترنت:

(1) موقع بوابة عجيب:

- لا تسمح بوابة عجيب، إطلاقاً، تخزين أي جزء من محتويات موقعها، لأغراض الاستخدام التجاري. بيد أنها تسمح بذلك للأغراض الشخصية، كما هو موضح في بند شروط الاستخدام.
- يحظر بشكل كامل، إعادة طبع، أو نشر، أو توزيع جزء، أو كل محتويات الموقع، بدون موافقة خطية من بوابة عجيب.

- لا تتحمل بوابة عجيب، أي مسؤولية قانونية أو جزائية، عن أية أخطاء، أو عن حذف، أو إضافة، أو تعديل كامل، أو جزئي لمحتويات الموقع، أو عن انقطاع أو توقف الاتصال، مع بوابة عجيب، أو عن أية أضرار محتملة من جراء ذلك.
- بوابة عجيب، والشعارات الخاصة بها، هي علامات تجارية مسجلة.. وجميع الحقوق المتعلقة بذلك محفوظة.
- العلامات التجارية لأطراف ثالثة والمستخدمة في موقع بوابة عجيب هي ملك لأصحابها.
- من غير المسموح به تخزين محتويات موقع الشبكة العربية للاستخدام التجاري ولكن يسمح بذلك للاستخدام الشخصي و كذلك فإن إعادة طبع هذه المحتويات ونشرها وتوزيعها محظورة بالكامل دون الحصول على موافقة خطية من الشبكة العربية.
- لا يمكن تحميل الشبكة العربية أية مسؤولية قانونية أو جزائية عن الأخطاء أو الحذف في محتويات الشبكة العربية أو توقف الاتصال أو انقطاعه مع الشبكة العربية أو أية أضرار قد تنجم عن ذلك.

(2) الشبكة العربية:

- لا تتحمل أريبيا أون لاين أية مسؤولية عن جودة الصنف أو مواصفاته أو توفره أو سعره أو عملية الشحن أو التوصيل أو أية مسؤولية أخرى لها علاقة بعملية شراء المنتجات المعروضة في سوق أريبيا.
- في حال وجود أية أسئلة أو ملاحظات تتعلق بالمنتج ! يرجى مراسلة التاجر نفسه والذي يتحمل وحده كامل المسؤولية. إن المعاملات التجارية أو غير التجارية المتعلقة بالمنتجات فعالة فقط بينك وبين التاجر.
- في الوقت نفسه يرحب سوق أريبيا بملاحظاتكم للعمل على تحسين نوعية الخدمة في المستقبل. أريبيا أون لاين لا تعطي أي ضمانة! صريحة أو ضمنية! تتعلق بالمنتج المعروض في سوق أريبيا أو بالمعلومات التي يزودها التاجر صاحب العلاقة.

(3) **الجزيرة نت:**

توفر الجزيرة نت هذا الموقع وتسمح باستخدامه وفقاً للشروط الآتية:

- إن استخدامك لهذا الموقع يعتبر قبولاً منك بهذه الشروط، فإذا كنت لا تقبلها بالكامل فإن دخولك لهذا الموقع يعتبر بغير إذن وعليك أن تتوقف عن استخدامه فوراً.
- تحتفظ الجزيرة بحقها في تعديل هذه الشروط متى شاءت.
- إنك توافق على استخدام هذا الموقع فقط لأغراض مشروعة، وإنك سوف تمتنع عن إرسال أو بث أي مادة من خلال هذا الموقع يكون من شأنها أن تخل أو تتعدى على حقوق الآخرين أو تحد من أو تمنع استخدامهم لهذا الموقع، أو تنطوي على أمر غير مشروع، أو على تهديد أو إساءة أو قذف، أو تعدي على خصوصية الآخرين، أو حقوق النشر الخاصة بالغير، أو على ألفاظ فاحشة، أو تسيء إلى الأديان والمقدسات أو تنتهك حرمتها، أو تكون لأي سبب آخر غير مقبولة، أو يكون من شأنها أن تشجع على ارتكاب جريمة أو تنطوي على مخالفة يترتب عليها مسؤولية مدنية أو تكون فيها مخالفة لأي قانون.
- لا يجوز لك نسخ المادة الموجودة في هذا الموقع أو إعادة إنتاجها أو نشرها أو إذاعتها بأي طريقة إلا لأغراض استعمالك الشخصي غير التجاري.
- لا يجوز لك تعديل المادة الموجودة في هذا الموقع أو تحويرها أو اقتباسها لخلق عمل جديد أو استخدامها لأي غرض بخلاف استعمالك الشخصي غير التجاري.
- إن المادة الموجودة في هذا الموقع تقدم كما هي، من غير تأكيدات أو ضمانات صريحة كانت أو ضمنية على صلاحيتها لأي غرض معين، أو ملاءمتها لأي مادة أخرى، أو خلوها من أي انتهاكات لحقوق الغير، أو أمانها أو صحتها.
- إنك توافق صراحة على استخدام هذا الموقع على مسؤوليتك، وتتحمل جميع المخاطر

المترتبة على ذلك، وتوافق على أن الجزيرة أو أي من أعضاء مجلس إدارتها أو موظفيها أو وكلائها أو الأشخاص الذين يوفرون المادة الموجودة في هذا الموقع أو الذين يرخصون للجزيرة باستعمالها أو أي منهم لا يقدم أي ضمانات على أن الخدمة الموجودة في هذا الموقع ستكون دون انقطاع أو خالية من الأخطاء، أو أن أي عيوب قد توجد فيها سوف تصحح، أو أن الموقع الذي تقدم فيه أو وسيلة تقديمها خاليان من الفيروسات أو آفات البرامج.

- لا تتحمل قناة الجزيرة أو الجزيرة نت أو أي شخص يشترك في إعداد أو إنتاج أو توزيع أي مادة في هذا الموقع أية مسؤولية عن أي ضرر مباشر أو غير مباشر مادي أو معنوي ينشأ من استعمال هذا الموقع أو من عدم التمكن من استعماله أو من أي خطأ أو حذف أو عيب يوجد فيه أو من عدم صحة المعلومات التي يقدمها أو من أي تأخير أو انقطاع في بثه.

- إنك توافق على أن تعوض قناة الجزيرة والجزيرة نت ومدرائها وموظفيها ووكلائها عن أي خسارة تلحق بأي منهم بسبب استعمالك لهذا الموقع.

- إن كل الحقوق في هذا الموقع بما في ذلك حقوق النشر والتأليف وحقوق ملكية المعلومات ومحتويات الموقع مملوكة لقناة الجزيرة أو تملك قناة الجزيرة ترخيصاً بها أو تستعملها وفقاً للقانون.

- تطبق على هذه الشروط قوانين دولة قطر ويكون لمحاكمها سلطة حصرية في نظر النزاعات الناشئة منها.

المراجع

Andrew Alexander, Intellectual Property: The Impact of the web, University of Melbourne, Australia, 17 April, 2000,

Bitlaw, A resource on technology law. www.usual.com/articlcelg.htm /

Cedric Laurant's Trademark issues related to metatagging on the world wide web. http://www.columbia.edu/~c1496/

Dan J. Byrk, Trademark along the Infobahn, April 10, 1995. http://www. richmond.edu/jolt/vlil/burk.html

David J. Loundy, A primer on trademark law and internet addresses. http://www.loundy.com/JMLS_ trademark.html (1997)

David Maher. http://aldea.aldea.com/cix/maher.html

David R. Johnson, et al., law, and borders, the rise of law in cyberspace, Standford law, review, 1996.www.abanet.org

Edu.au/~lloyd/index.html

Eric Schachter, The intellectual property, Renaissance in cyberspace, a continuation of high technology law journal, Vol12, Spr1997

http://cyber.findlaw.com.criminal

http://info.isoc.org/policy/conduct/cerf-aug-draft.htm

http://shakenbaby.com/email.htm

http://whatiscopyright.org/copyright.html

http://www.megalaw.com

http://www.perkinscoie.com

James Boylan, Cyber Rights, Columbia Journalism Review, New York, Sep/Oct 1998, vol37

L. Allison, Law, Ethics, the media and the internet. http://www.cs.monash.edu.au /~lloyd/indx.html

L.Allison, law, Ethics, the media, and the internet. http://www.cs.monash.

Laverba M. Saunders, Ethics in cyberspace. http://idun.unl.ac.ik/~iisadlerc.src. ethcyb.html

Lawrence Lessig, Code and other laws of cyberspace, New York: Basic Books, 1999

Leslie, Gornstein, Learn Your netiquette, www.freep.com

Margaret Smith, emerging legal guidance on deep linking. http://www.gigalaw.com/articles/kubiszyn-2000-05b-p1.html

Norman shaprio, et. al, Toward an ethics and etiquette for email, http://www.rand.org/publications/MR/R3283

Pember, Dan, Mass Media Law, McGraw Hill,2000.

Richard Spinello, Cyber Morality and law in cyberspace, Jones and Bartlett publications, London, 2000.

Stephen A. Hansen, getting online for human rights (Washington, D.C: American Assoc. for the Advancement of science, 1998. http://shr.aaas.org/online /cover.htm

Thomas, G., Field, Copyright on the internet. www.fplc.edu/tfield/copyright.htm

Tom Zillner, code and other laws of cyberspace, Information technology libraries, Chicago, Sep 2000

United nations Economic and social council, report of the special rapporteru, Mr. Abid Hussain, submitted pursuant to commission on human rights resolution 1997/26 (New York: United Nations, 1998) E/CN.4/1998/40

Virginia She, Netiquette,www.albion.com.netiquette.html

www.abanet.com/bnslaw/cyber/initiatives/outline.html

www.albion.com/netiquette/rule.htm

www.bitlaw.com/internet/somain.html

www.bohol.net/netiquette/webtiqet.htm

www.csu.edu/au/special/ conference/apwww95/paper95/aalexsan.html

www.gahtan.com/cyberlaw

www.jmls.edu/cyber/index.html

www.nolo.com/NN197.html

www.rdc.com.au/netiquette.htm

www.ssrn.com/update/isn/cyberspace/csl_lessons.html

www.thestudio.com/netiquette/courtesy1.html

www.twobirds.com/library/internet/copyright.htm

www.twobirds.com/library/internet/musicpar.htm

www.twobirds.com/library/internet/online.htm

معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف كما اعتمدنا المؤتمر الدبلوماسي (20 ديسمبر 1996)
www.wipo.int/iplex.doc.pub226.doc

الحماية الدولية لحق المؤلف والحقوق المجاورةة، وثيقة من اعداد المكتب الدولي للويبو
www.wipo.int/cr_protec.doc

معاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي كما اعتمدها المؤتمر الديبلوماسي (20 ديسمبر 1996) www.wip.int/ara/iplex/doc/pub227.doc

بسيوني حماده، مقال عن سيادة الدولة في العصر الاليكتروني، ضمن أعمال مركز دراسات الوحدة الأفريقية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، عالم الكتب، القاهرة، 1999.

إسماعيل عبد النبي شاهين، أمن المعلومات في الانترنت بين الشريعة والقانون، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، نظمته كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، مايو 2000.

أحمد عبد الكريم سلامه، الانترنت والقانون الدولي الخاص: فراق أم تلاق، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، نظمته كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، مايو 2000. (رصدنا أفكاره المتعلقة بالقانون الموضوعي الإليكتروني، وتحديده لطبيعة القانون المختص بقضايا الملكية الفكرية)

محمد السيد عرفه، التجارة الاليكترونية عبر الانترنت، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، نظمته كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، مايو 2000.

ممدوح عبد الحميد، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، نظمته كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، مايو 2000.

ممدوح عبد الحميد، جرائم استخدام شبكة المعلومات العالمية، مكتبة دار الحقوق،

الشارقة، 2001 (استفدنا من كتاباته في الحديث عن المسئولية القانونية لمورد خدمة الإنترنت وغيره)

أعداد متفرقة من مجلة انترنت العالم العربي منها مقال عن قانون حماية الممتلكات الفكرية، ص ص30-36 سبتمبر 2000، وعدد فبراير 2001، وعدد فبراير 1998، وعدد مارس 1998 ، ومايو 1998 وغيرها من الأعداد. (استفدنا منها خاصة فيما يتعلق بأسماء الحقول ومتابعة تطورات الإنترنت).

تركي صقر، حماية حقوق المؤلف، منشورات اتحاد العرب، دمشق 1996.

أعداد متفرقة من مجلة الملكية الفكرية (اعتمدنا عليها في رصد نشأة القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية، وحق المؤلف والعلامات التجارية والمركز القانوني للدومين الإليكتروني) ومن هذه المقالات: مقال سامر عبد الكريم (حماية حقوق الملكية الفكرية علي الانترنت ، ومقال عامر الكسائي، المركز القانوني للدومين الاليكتروني، ومقال العلامات التجارية المشهورة نعمة أم نقمة ،ومقال عباس عيسي هلال ، حق المؤلف والوسائل القانونية لحمايته، ومقال نانسي دبابنه، حماية حقوق المؤلف في الوطن العربي، نايف حجازي، في حقوق المؤلف، ومقال فتحي أبو نعمة، حماية العلامات التجارية المشهورة والمعروفة.

أعداد متفرقة من مجلة الكمبيوتر والاتصالات والاليكترونيات، منها مقال محمود بدر لاما (قضية نابستر نسف الأطر العريضة لمبادئ حقوق الملكية الفكرية علي الانترنت، سبتمبر 2000) ومقال نديم عبده، المحافظة علي الخصوصية الشخصية وحرية التعبير علي الانترنت، أكتوبر 2000، و (قوانين حماية الملكية الفكرية تعرض اقتصاديات الدول النامية للخطر، أغسطس 2000) و (الانترنت تحدث ثورة في قطاع الموسيقي، ابريل 2000، 1999، ص ص 33-35) والقوانين الأمريكية في مواجهة مسألة الحريات عبر الانترنت، يونيو 1997، وإعداد يناير 1998، ويناير 1999، ويوليو 2000، وسبتمبر 2000، ص ص 63-65، ويناير

1999. (اعتمدنا عليها عند الكتابة عن الجوانب القانونية للأعمال الموسيقية على الإنترنت)

الانترنت في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، الرقابة وحرية التعبير
www.hrw.org/arabic/1999/reports/internet/reco.htm

صحيفة الحياة 1/ 5/ 1997 وعدد 30/ 8/ 1997، 27 يوليو 1997، و 17 ابريل 2000.

صحيفة الشرق الأوسط، أعداد متفرقة خلال أعوام 1999، 2000، 2001.

صحيفة الاتحاد الإماراتية، 22/ 12/ 2000. 11/ 12/ 2000. 1/ 1/ 2001. 20/ 4/ 2001.

السيد ياسين، الانتساب إلى العصر أم الانتماء للوطن، الأهرام 3/ 8/ 2000.

د.ميلاد حنا، حماية الملكية الفكرية، الأهرام 18/ 7/ 2000.

كريستان كرومليش، ألفباء الانترنت، ترجمة مركز التعريب والترجمة، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1996.

بيتر كنت، الدليل الكامل للإنترنت، ترجمة سامح الخلف، بيروت، الدار العربية للعلوم،1997.

الفصل الثالث

أخلاقيات العمل الإعلامي على الإنترنت

مع تصاعد أعداد مستخدمي الإنترنت، وتزايد التواجد الإعلامي على ساحتها، وتنامي الاعتماد عليها كوسيلة إخبارية واتصالية وإعلامية متميزة، وظهور العديد من المؤشرات عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام التقليدية (Pew Research Center,2005) بدا الأمر وكأننا نعيش في بيئتين إعلاميتين مختلفتين: أحداهما تتعايش وتتواجد فيها وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتليفزيون وغيرهم، وأخرى إليكترونية محضة، لها سماتها المميزة وتقنياتها الجديدة، وأساليب عملها ووسائلها الخاصة، ولكل من البيئتين: التقليدية والإليكترونية منظومته الخاصة فيما يتعلق بأخلاقيات الإعلام، وهو ما دعا العديد من الباحثين للتساؤل عن واقع وخصائص ومستقبل أخلاقيات الإعلام في كل من البيئتين، وأوجه التشابه والاختلاف بينهما؟ وهل تطرح البيئة الإليكترونية منظومة أخلاقية مختلفة للإعلام عن البيئة التقليدية؟ وإلى أي مدى يمكن الانتفاع من المبادئ والأسس الأخلاقية التي تم إرساءها في البيئة التقليدية ضمن سياق العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية الجديدة؟، بيد أن محصلة الإجابة عن هذه التساؤلات لا تزال محدودة ومبعثرة، حيث اهتمت معظم البحوث الإعلامية بدراسة ظواهر أخلاقية تقليدية، ناجمة عن سياق العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية التقليدية، ولم تتطرق لجوانب مهمة تتعلق بقيم وأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة مقارنة بمثيلاتها في البيئة التقليدية والعوامل المؤثرة في تشكيلها، وحقوق وواجبات الإعلاميين في كل من البيئتين، والظواهر الأخلاقية الجديدة التي أفرزتها البيئة الإعلامية الإليكترونية.

وثمة مؤشرات عديدة تؤكد أهمية طرح موضوع أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية والتقليدية للنقاش وتحديد أبعاده منها:

بالرغم من أن المجتمع الإعلامي بكياناته المتعددة، يشهد تحولاً جذرياً في طبيعة عمل الوسائل الإعلامية وقيمها وأخلاقياتها، وظهور وسائل إعلام جديدة وبوابات إخبارية وإعلامية إليكترونية شاملة وبمنظومة أخلاقية جديدة، إلا أن ثمة دراسات محدودة عنت بالتنظير والتحليل والتقييم لمفردات هذا المجتمع وتحولاته، وطبيعة قيمه الأخلاقية، وواقع الممارسات المهنية والأخلاقية السائدة فيه، كما لم تتطرق معظم هذه الدراسات لمجالات حيوية جديدة تثيرها المنظومة الأخلاقية التي تدير هذا الكيان الإليكتروني.

بينما كانت وسائل الإعلام تعمل في البيئة الإعلامية التقليدية، منفردة ومنفصلة عن بعضها، ولكل منها منظوماتها وسياساتها وجمهورها، فإنها الآن تشهد اندماجاً غير مسبوق، جمعها في بوتقة واحدة، وتحت مظلة واحدة، مستخدمة تقنيات وطرق عمل متشابهة، وهو ما أدى إلى دمج القضايا والإشكاليات الأخلاقية للبيئة التقليدية، ضمن الإشكاليات الأخلاقية الجديدة التي أفرزتها البيئة الإليكترونية، والتي تخص كل الوسائل الإعلامية معاً. وبالرغم من هذا التحول لم يتم التطرق لطبيعة التغير في القيم الأخلاقية التي يجب أن تضبط عمل هذه الوسائل معاً في البيئة الجديدة، وإلى أي مدى ينعكس هذا التحول الجديد على طبيعة عمل هذه الوسائل سواء في بيئتها التقليدية أو الإليكترونية؟ وإلى أي مدى يمكن الانتفاع من التقاليد الأخلاقية المتبعة في المؤسسات الإعلامية العاملة في البيئة التقليدية ضمن سياق البيئة الإعلامية الإليكترونية؟.

في ظل مفاهيم العولمة وتقارب القيم، وهيمنة لغات وتقاليد وثقافات معينة على غيرها، وتواجد وسائل الإعلام كلها - بغض النظر عن هويتها الجغرافية والثقافية والسياسية- في بيئة عالمية واحدة، أصبح من الضروري التساؤل عن إمكانية وجود منظومة قيمية أخلاقية واحدة أو متقاربة تحكم وتنظم العمل الإعلامي في هذه البيئة

الجديدة، وعن إمكانية التوفيق بين قيم أخلاقية إعلامية عالمية، تستمد مقوماتها من طبيعة البيئة الإليكترونية التي تحتويها، وبين قيم أخلاقية إعلامية ذات طابع محلي تستمد مكوناتها وحيويتها من سياقها الثقافي والاجتماعي (المحلي والتقليدي).

تباين وجهات النظر حول دور كل من القوانين والأخلاق في تنظيم العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، إذ بينما يطالب البعض بوضع قوانين ملزمة، لضبط آليات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، يحبذ البعض الآخر إرساء مواثيق ومبادئ أخلاقية، لضبط آليات هذا العمل، حيث يصعب التوصل إلى قوانين محددة تضبط آليات العمل الإعلامي الإليكتروني، مع تعدد التشريعات الوطنية، وعالمية البيئة الرقمية، بيد إنه يمكن التوصل إلى معايير أخلاقية عالمية، يمكن أن توجه وترشد هذا العمل، لكن حتى الآن لم يتم الاتفاق على طبيعة هذه المعايير الأخلاقية، ومبادئها الأساسية.

بالرغم من تعدد الدراسات التي تؤشر لتراجع مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وإلي عدم حسم العديد من القضايا ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإعلامية التقليدية، فإن ثمة هجرة متزايدة من قبل وسائل الإعلام التقليدية إلى البيئة الجديدة، أفرزت معها مشكلات وقضايا أخلاقية جديدة، في الوقت الذي تعمل فيه هذه البيئة بلا منظومة محددة المعالم من الضوابط الأخلاقية تقريباً ، وفي ظل غياب رعاة حقيقيين لهذه الكيان يهتمون بضبط منظومته الأخلاقية، مع عدم وضوح في الرؤية فيما يتعلق بمدي مصداقيته، وقلة عدد وسائل الإعلام الجديدة التي صاغت لنفسها بروتوكولات ومواثيق أخلاقية خاصة بعملها الإعلامي في البيئة الإليكترونية، حيث لا يزال السؤال مطروحاً وبإلحاح حول أخلاقيات العمل الإعلامي في هذه البيئة، وحول مدى اتفاقها أو اختلافها مع البيئة التقليدية، وطبيعة مواثيق الشرف الأخلاقية التي يمكن وضعها لتوجيه وضبط العمل الإعلامي في الوسائل الإعلامية الإليكترونية الجديدة.. (David Arant, 2000).

وترجع أهمية هذه الدراسة لعدة أسباب من بينها:

1- أن البيئة الإعلامية الإليكترونية تفتح باب النقاش من جديد حول طبيعة أخلاقيات الإعلام وضوابطها، وتثير قضايا جديدة لم يتم دراستها بشكل متعمق، كما تطرح قضايا قديمة ولكن في ثوب جديد، مع وجود رؤى متباينة حول طبيعة هذه الأخلاقيات، ومدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة تتلاءم مع طبيعة البيئة الإليكترونية.

ومن ثم تحاول هذه الدراسة رصد معالم أخلاقيات الإعلام في هذه البيئة مقارنة بالبيئة التقليدية، مع استيعاب القضايا الجديدة وتحليلها في إطار يستفيد من النقاش التقليدي لأخلاقيات الإعلام، ويضع إطارات ومفاهيم جديدة للظواهر الأخلاقية المستحدثة في البيئة الإليكترونية.

2- أن البيئة الإليكترونية أفرزت وسائل إعلامية جديدة، بمنظومة أخلاقية جديدة، وبمشكلات وظواهر أخلاقية جديدة مثل قضية الخصوصية الإليكترونية والتلاعب بالبيانات والمعالجة الرقمية للصور، واستخدام الروابط والوصلات التشعبية، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، وتأثير الرعاة والضغوط التجارية على العمل الإعلامي، وتأثير عملية الجمع والنشر الرقمي والإليكتروني على القيم المهنية والأخلاقية (David Arant,2000)، والميتا تاجزMeta tags أو الوصفات، ودور موردي خدمة الاتصال كناشرين وكناقلين للمعلومات والمدونات الشخصية الإليكترونية Blogs وحقوق المجتمع المحلي وغيرها. وبالرغم من ذلك فإن دراسات محدودة جداً هي التي حاولت التمعن في أبعاد هذه القضايا والتأطير لهذه المنظومة الأخلاقية الإعلامية الجديدة، والمتعددة الأبعاد، أو توضيح النقاط الأساسية للاتفاق أو الاختلاف بينهم في البيئتين.

بينما نجحت وسائل الإعلام الإليكترونية في استقطاب عدد كبير من جمهور وسائل الإعلام التقليدية، حيث زادت نسبة اعتماديتهم عليها، إلا أن هذا التحول لم

يصاحبه تحليل وتقييم للأخلاقيات الإعلامية المتبعة في هذه الوسائل، سواء فيما يتعلق بحقوقها أو واجباتها أو مسئولياتها أو مواثيقها الأخلاقية.

3- أن الدراسة تتطرق لموضوع جديد، تتداخل فيه عدة تخصصات إعلامية منها قوانين وتشريعات وأخلاقيات الإعلام، وتكنولوجيا الاتصال والإنترنت، وتحاول استخلاص تأثير هذا التداخل على أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية، كما تحاول استيعاب أكبر قدر ممكن من الرؤى والدراسات المتعلقة بموضوعها، مع الحرص على إيجاد مساهمة عربية في النقاش الدائر الآن حول أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية الجديدة، ورصد وتحليل وتقييم مفردات هذه الأخلاقيات في إطارها وبيئتها الجديدة، ومحاولة التوصل إلى تصور لما ينبغي أن يكون عليه حال أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة، وإثارة تساؤلات تستحق أن تحظى بعناية باحثون آخرون، ولرسم خريطة نقاش محددة المعالم حول طبيعة أخلاقيات العمل الإعلامي في هذه البيئة.

4- المساهمة في تأسيس معايير وضوابط أخلاقية للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية، نظراً لتزايد عدد المشكلات الأخلاقية في هذه البيئة من جهة، ولحداثتها من جهة أخري، ولجلبها لمصفوفة جديدة من الأخلاقيات، تمثل تحدياً فريداً من نوعه للإعلاميين العاملين في هذه البيئة، وبصورة أكبر مما تمثله للعاملين في الوسائل الإذاعية والصحفية التقليدية من جهة ثالثة- والذين لديهم تقاليد معترف بها، يمكنهم الاحتكام إليها في القضايا الخلافية- لكن مثل هذه القضايا تعد جديدة في البيئة الإليكترونية، والتي لا يتوافر لديها مثل هذه التقاليد، كما أن هذه المساهمة قد تساعد الوسائل التقليدية في الحفاظ على قيمها الأخلاقية الأساسية، حال انتقالها للعمل في البيئة الإليكترونية، وقد تساعد الجمهور على معرفة حقوقه وواجباته الأخلاقية في هذه البيئة، باعتباره مشاركًا فاعلاً في هذه البيئة، بالإضافة إلى زيادة معارف الإعلاميين بالمبادئ والأعراف

الأخلاقية السائدة ، وتلك التي يجب أن تسود في العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية..

بينما تعمل الوسائل الإعلامية التقليدية في بيئة تحكمها قوانين وتشريعات ومواثيق وأعراف أخلاقية، فإن العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية لا يزال يفتقر لمثل هذه القوانين والمواثيق (Arant and Quitney,2001)، ويحتاج إلى تقنين، خاصة وأن هذه البيئة تطرح معايير أخلاقية جديدة، كما أن ظهور فريق جديد من الإعلاميين الذين يمارسون العمل الإعلامي في البيئة الجديدة، سواء كمحترفين أو كهواة، وسواء أكانوا تابعين لمؤسسات إعلامية عريقة أو يعملون لحسابهم الخاص، أوجد خليطاً من الإعلاميين، المتنوعي الولاءات والثقافات والخبرات، والمتباينين في درجة التزامهم بالقيم والأعراف الأخلاقية المهنية، والذين لا يجمعهم غالباً كيان مهني محدد المعالم، يصيغ ويحدد طبيعة الأخلاقيات التي ينبغي عليهم الالتزام بها، ومن هنا تبرز أهمية دور العمل الأكاديمي في محاولة صياغة خريطة طريق للأخلاقيات السائدة في هذه البيئة والإشكاليات الأخلاقية التي تواجهها، ولطبيعة الحقوق والواجبات الخاصة بهؤلاء الإعلاميين الجدد.

أهداف الدراسة :

1- طرح إطار عام لمنظومة أخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الإليكترونية.

2- رصد وتحليل منظومة أخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، وبيان أبرز الإسهامات العلمية والأكاديمية في هذا المجال.

3- رصد وتحليل أبرز الممارسات الأخلاقية المتعلقة بالعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، وبيان مدى تجاوب وردود أفعال واهتمام المؤسسات الإعلامية العاملة في البيئة الإليكترونية بهذه الأخلاقيات وتصوراتها عنها.

4- تحديد طبيعة الحقوق والواجبات الإعلامية للإعلاميين العاملين في البيئة الإعلامية الجديدة ومقارنتها بمثيلاتها في البيئة الإعلامية التقليدية.

5- تحليل ومقارنة الظواهر الأخلاقية الجديدة التي تنظم العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية ومقارنتها بمثيلاتها في البيئة التقليدية

مشكلة الدراسة :

تتحدد معالم مشكلة الدراسة في غموض واقع حالة منظومة القيم الأخلاقية السائدة في البيئة الإليكترونية، وصعوبة تحديد مدى اتفاقها أو اختلافها مع القيم الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية، فضلاً عن طرح البيئة الإعلامية الجديدة لتساؤلات ذات طابع أخلاقي لا تزال تحتاج لأجوبة وكذلك لقضايا إعلامية مثيرة للجدل والخلاف، لا تزال تحتاج لتوضيح، وذلك في ظل قصور واضح في تحديد خريطة النقاش المتعلقة بالجوانب الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية الجديدة، وبأهم المبادئ الأخلاقية التي يجب النص عليها في مواثيق الشرف الإعلامية الخاصة بهذه البيئة، وبالقضايا التي تحتاج لمزيد من الاهتمام.

فروض الدراسة :

1- منظومة أخلاقيات العمل الإعلامي السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية لا تتفق مع طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية

2- تخلو البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة من قواعد ضابطة ومنظمة لأخلاقيات العمل الإعلامي الإليكتروني.

تساؤلات البحث :

1- إلى أي مدى تختلف أو تتفق مصفوفة أخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية عن نظيرتها في البيئة الإعلامية الإليكترونية؟

2- إلى أي مدى تستوعب مواثيق الشرف الإعلامية الحديثة، القضايا والظواهر الأخلاقية الجديدة التي تفرزها البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة؟

3- ما هي طبيعة المشكلات والقضايا الأخلاقية الجديدة التي تواجه الصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة، وإلي أي مدىٰ تختلف أو تتفق عن مثيلاتها التي تثار في البيئة التقليدية؟

4- ما هي أبرز الاتجاهات البحثية المتعلقة بالتأطير لأخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإليكترونية؟ وما هي أبرز وجهات النظر المتعلقة بمدىٰ الحاجة لمصفوفة جديدة لأخلاقيات الإعلام تتناسب مع طبيعة العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية؟

5- ما هي أبرز حقوق الإعلاميين العاملين في البيئة الإعلامية الإليكترونية، وإلي أي مدىٰ تختلف أو تتفق مع حقوق العاملين في البيئة الإعلامية التقليدية؟

6- ما هي أبرز واجبات العاملين في البيئة الإعلامية الإليكترونية، وإلي أي مدىٰ تختلف أو تتفق مع واجبات العاملين في البيئة الإعلامية التقليدية؟ وخاصة الواجبات المتعلقة بجمع ونشر الأخبار، وبالعلاقة بالمصادر، وبالالتزامات تجاه المهنة، والزملاء، وتجاه العمل الإعلامي في علاقته بالعمل الإعلاني، وتجاه الجمهور؟

نوعية الدراسة ومناهجها:

تنتمي هذه الدراسة لفئة البحوث المسحية والوصفية، حيث تسعىٰ لإجراء تحليل كيفي لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية الجديدة، مع توصيف لأبرز القضايا والتساؤلات الأخلاقية المثارة في هذه البيئة، وتحديد معالمها، ومحاولة رسم خريطة طريق للموضوعات التي تستحق اهتمام النقاش الأكاديمي في هذا المجال. وتعتمد هذه الدراسة علىٰ المنهج المسحي والوصفي لتحليل أبعاد وقضايا العمل الإعلامي ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإعلامية الجديدة، وكذا المنهج المقارن لمقارنة سمات وخصائص القيم الأخلاقية في كل من البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية، مع استخدام أداة التحليل الثانوي لإعادة قراءة وتحليل الدراسات والمواثيق الأخلاقية المتعلقة بموضوع البحث، ودراسة الحالة لمواثيق شرف قناة الجزيرة

والنيويورك تايمز ولوس أنجلوس تايمز، لمعرفة مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية العاملة ذات الصيت في البيئة الإليكترونية بأخلاقيات وممارسات العمل الإعلامي الإليكتروني وتصوراتها إزائها.

أولاً: أخلاقيات العمل الإعلامي: مفهوم وإطارات نظرية للتحليل:

تحتل قضية أخلاقيات الإعلام أهمية كبيرة في المناقشات العلمية، الخاصة بالدعوة لتحسين المضمون والممارسات الأخلاقية في وسائل الإعلام، وكوسيلة لتجنب إصدار قوانين قد تؤثر على حرية الإعلام، وكمحاولة لكشف تأثير ثورة المعلومات على طبيعة العمل الإعلامي وممارساته، وخاصة ما يتعلق بطرق جمع الأخبار ونشرها، ودراسة المبادئ الأخلاقية المهنية برؤية نقدية، في ظل تراجع مصداقية وسائل الإعلام، وتصاعد حدة النقد الموجه لممارساتها الأخلاقية، وتعقد المشكلات الأخلاقية بفعل البيئة الإليكترونية الجديدة، وباعتبار أن الأخلاقيات المهنية التي تم إنتاجها في الماضي قد لا تكون صالحة بالضرورة للمستقبل، حتى أصبح البعض يطالب بمصفوفة عالمية من القيم، ووضع دليل قيمي للأخلاقيات الإعلامية العالمية (Obsborn,2001) (Richards,1999) وهي ذات الدعوة التي وجهها مؤخرًا مؤتمر القمة العالمية لمجتمع المعلومات، الذي عقد في تونس في نوفمبر 2005.

وقد تباينت التعاريف والمفاهيم المتعلقة بأخلاقيات الإعلام باعتبارها معايير واختيارات توجه عمل الإعلاميين، أو باعتبارها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم الإعلامي. وعامة تعرف الأخلاقيات بأنها مجموعة من المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول، وهي مشتقة من العادات والأعراف الموجودة في مجتمع ما.وعامة تتعاطي الأخلاقيات مع الأسس الفلسفية لصناعة القرار والاختيار من بين عدة بدائل تحتمل الصواب والخطأ في أمور معنوية وإنسانية. ومصطلح الأخلاقيات أو أدبيات العمل ethics على الإنترنت هو مصطلح قريب من مصطلح سياسات الاستخدام المقبولة Acceptable Use Policies

الشائع ضمن مصطلحات المنظمات والشركات المعنية بالبيئة الإليكترونية، وكذا بين المواقع الإعلامية والإخبارية، وإن كان لا يوجد أحد يتمتع بسلطة فرض مبادئ أخلاقية معينة دون سواها في هذه البيئة الإليكترونية، فهي تتشكل بفعل مشاركة المستخدمين، فهم الذين يضعون القواعد، وهم الذين يفرضونها، وإن كان مزودو خدمات الإنترنت والشركات العاملة يحاولون سن سياسات الاستخدام الخاصة بمواقعهم على الإنترنت، كنوع من السلوك الأخلاقي الذي يجب أن يلتزم به مستخدمو الإنترنت، كما توجد بعض الجهات المعنية بإدارة سياسات الاتصال عبر الإنترنت مثل الايكان.

كما تباينت تصنيفات الأخلاقيات ما بين الأخلاقيات الديمقراطية والأخلاقيات العالمية الإنسانية، وأخلاقيات المواثيق والإجراءات والمعايير، وأخلاقيات السياق، والأخلاقيات المعيارية (سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، 2003) وكذلك تباينت المداخل النظرية التي حاولت تحليل هذه الأخلاقيات سواء في جوانبها المهنية المعيارية أو الفلسفية (في بعديها الكلاسيكي والاتصالي)، حيث تقوم الرؤية الأولى على تصور أن القرارات الأخلاقية يتم اتخاذها، بناءاً على الممارسات والمعايير المقبولة والسائدة في مهنة الإعلام، وتستمد الرؤية الثانية مقوماتها من الأفكار المتعلقة بحرية الإعلام والدور الاجتماعي لوسائل الإعلام، أو من الرؤى الكلاسيكية للأخلاقيات الاجتماعية (Shaver,1999).

وكذلك تفاوتت الرؤية لأخلاقيات الإعلام، ما بين النسبي والمطلق، فالبعض يعتبر الأخلاق مطلقة، وموضوعية وعالمية، وأن الطبيعة البشرية واحدة في كل زمان ومكان، وهو ما يعني إمكانية الحديث عن منظومة أخلاقيات موحدة للإعلام، والبعض الأخر يرى أن الأخلاق نسبية وتتفاوت من مكان لآخر، ومن زمان لأخر، ومن فرد لأخر، وأنه لا توجد قيم أخلاقية مطلقة..

كما تباينت الرؤية لأخلاقيات الإعلام بناء على ما طرحته النظريات الإعلامية من تصورات لأدوار ومسئوليات للإعلاميين، وإن بدت نظرية المسئولية الاجتماعية أكثر

النظريات ملائمة لمعالجة هذا الموضوع، لطرحها مفهوم أخلاقيات الإعلام في إطار من المسئولية الاجتماعية، وكأحد الأساليب الملائمة لتنظيم مهنة الإعلام، ولمطالبتها بوضع معايير للمستويات المهنية المتعلقة بالصدق والموضوعية والدقة والتوازن، ولتأكيدها على أهمية الالتزام بالواجبات الإعلامية كمتطلب ضروري لمواجهة أية سلبيات تطرأ على الممارسات الإعلامية، ولإثارتها لقضية التوازن بين حرية الإعلام، وعدم المساس بحقوق الإعلاميين من جهة، وبين مبدأ التزام الإعلام بالمسئولية عن تحقيق مصالح المجتمع من جهة أخري.

وفي إطار بحوث أخلاقيات الإعلام أثيرت عدة تساؤلات من بينها: طبيعة الضغوط التي تتعرض لها أخلاقيات العمل الإعلامي؟ فبينما أعطى البعض العوامل المؤسسية دورًا كبيرًا، رأى البعض الأخر أن الصحفيين يجلبون إلى مؤسساتهم الأخلاقيات التي تربوا ونشأوا عليها أكثر مما يتبنون مواثيق وتقاليد المؤسسة، التي يعملون فيها، إلا أن الدراسات الحديثة تشير إلى تعدد القوى التي تؤثر في تشكيل القرارات الأخلاقية للصحفيين بعضها ذاتي وبعضها مؤسسي وبعضها اجتماعي وغيرها (Meyer, 1987; Wright, 1989; Singletary, Caudill, Caudill & White, 1990; White & Pearce, 1991; White & Singletary, 1993) (السيد بخيت، 2001).

وبالرغم من هذه المحاولات، لا يزال مطروحاً العديد من التساؤلات حول المفاهيم المتعلقة بأخلاقيات الإعلام، ومدى مرونة هذه الأخلاقيات وتطورها، ومدى استجابتها للتحديات التي تواجهها، وهل ما كان مقبولاً في البيئة التقليدية لا يزال مقبولاً في البيئة الرقمية؟ وما هي طبيعة الممارسات الأخلاقية السائدة في كل من البيئتين وكيفية ضبطها؟ وما هي طبيعة واجبات وحقوق الإعلاميين في كل منها؟، وما هي أفضل الوسائل الكفيلة لضمان حقوق الإعلاميين ولضمان التزامهم بواجباتهم الأخلاقية؟

وقد مر الاهتمام بتطوير المبادئ الأخلاقية في البيئة الإليكترونية بعدة مراحل حيث سبق الاهتمام بوضع ضوابط أخلاقية لاستخدام الإنترنت، الاهتمام بسن تشريعات

تنظم هذا الاستخدام، فمنذ منتصف الثمانينات بدأ طلاب جامعة Carnegie Mellon بوضع بعض العلامات emoticons للإشارة لبعض التعبيرات، كما قامت حوالي مائة شركة كانت تستخدم الإنترنت منذ أواخر السبعينات بوضع بعض القواعد للحفاظ على مساحة التخزين على خوادم الكمبيوتر. وتوسعت آداب التعامل في التسعينات لتشمل مواقع الويب، وطرق تصميمها وإخراجها اليكترونيًا ، في وقت كانت فيه معظم المودمات تتصف بالبطء في تحميل الصفحات. وفي عام 1988 بدأت تزيد سرعة المودمات، وبدا أن محاولات فرض آداب التعامل التقليدية أصبح أمرًا غير مقبولاً، كما دخل إلى عالم الإنترنت أناس كثيرون من غير ذوي المعرفة الكبيرة بالكمبيوتر، مما جعل آداب التعامل على الإنترنت تبدو مثل آداب التعامل المتعارف عليها في الحياة العامة.

وقد طور معهد أخلاقيات الكمبيوتر بواشطن ما يعرف بالوصايا العشر لاستخدام الكمبيوتر في عام 1992 لتعزيز السلوكيات الإليكترونية المقبولة لاستخدام الكمبيوتر ، كما وضعت جامعة جنوبي كاليفورنيا ميثاق أخلاقي للتعامل على الشبكة، منها ضرورة العمل على منع الإرباك العمدي للمرور عبر الشبكة، ومنع تحطيم شبكة الجامعة، والأنظمة المتصلة بها، وعدم الاستخدام المخادع والتجاري لمصادرها، وعدم سرقة البيانات والمعدات، أو التعدي على حقوق الملكية الفكرية، ومنع الوصول غير المرخص لملفات الآخرين، وعدم القيام بأي سلوك مزعج ومسيء في حجرات الدردشة العامة، ومنع إرسال رسائل بريدية تستهدف الاحتيال على الآخرين.

وينص الميثاق الأخلاقي لأعضاء جمعية أجهزة الكمبيوتر Association of Computing Machinery (ACM) على ضرورة مساهمتهم في خدمة المجتمع والإنسانية، وتجنب إلحاق الأذى بالآخرين، والالتزام بالأمانة والصدق، والموضوعية وعدم التمييز، واحترام ملكية الآخرين، واحترام الخصوصية والسرية.كما توصلت ثلاث منظمات هي الجبهة الاسترالية الإليكترونية Electronic Frontier Australia، ومؤسسة الجبهة الإليكترونية Electronic Frontier Foundation، والمنظمة المهنية للكمبيوتر والمسئولية الاجتماعية Computer Professional for social Responsibility، إلى وثيقة للحقوق والمسئوليات

الاجتماعية تتضمن الحقوق الإليكترونية مثل الحق في الاتصال والحق في الخصوصية، وحق التقاضي، وحق الوصول وحق التمثيل، وأخلاقيات التعامل عبر الوسائط الإليكترونية مثل التسامح والمصداقية، ومراعاة مشاعر الآخرين، والتنظيم.كما وضع مركز بحوث بألو آلتو Palo Alto Research Center (PARC) تصوره لآداب التعامل على الإنترنت، وكذلك فعل كل من رابطة الإنترنت في جنوب استراليا (SAIS) عام 1998م، وميثاق منظمة (ACM)، وميثاق رابطة موفري خدمات الإنترنت (SPA) عام 1996م، وإعلان الشبكة الإليكترونية في اليابان عام 1996م وذلك بالإضافة إلى بعض البيانات التي أصدرتها عدة جامعات لتشكل أساساً لتطوير مواثيق أخلاقية في مجال الإنترنت مثل الجامعة الدولية اليابانية عام 1996م، وجامعة جرينفيلد، وحددت هيئة أنشطة الإنترنت Internet Activities Board (IAB) في يناير 1998 السلوكيات غير الأخلاقية على الإنترنت، بأنها تلك التي تستهدف عن عمد (الوصول غير المرخص أو غير المسموح به لموارد الإنترنت، وإرباك استخدام الإنترنت، وتبديد موارد الشبكة، وإضاعة وقت المستخدمين، والتأثير على نزاهة ودقة المعلومات المتوافرة على الأجهزة). وفي فرنسا تمت صياغة ميثاق تقوم مبادئه على خلق كيان يتلقي شكاوي مستخدمي الإنترنت، ويتولي أيضًا الوساطة لوقف بث المواد والإعلانات غير المشروعة، وفي انجلترا نشرت جمعية مقدمي خدمات الإنترنت ISPA ميثاق شرف يشتمل على مجموعة من القواعد التي تنظم العلاقات بين المتعاملين على الشبكة الدولية للمعلومات. وبمراجعة هذه المواثيق يتضح أنها لا تتناسب مع أهمية المشكلة وما تحتاجه من معالجة شاملة، فضلاً عن أن بعضها يتناول جوانب أخلاقية ذات طابع تقني وفني أكثر منه إعلامي .

ومن بين التساؤلات المثارة في موضوع الأخلاقيات في البيئة الإليكترونية: كيف يمكن تحديد طبيعة الدور التوجيهي للأخلاق في تنظيم البيئة الإعلامية الإليكترونية؟ وهل المعايير الأخلاقية كافية للنهوض بأعباء إدارة شئون البيئة الإليكترونية وتنظيمها؟ أم أن طبيعتها العرفية وغير الإلزامية تحول بينها، وبين أن تمثل عاملاً مهمًا في إدارة البيئة الإعلامية الإليكترونية وتنظيمها؟ ومن سيكون مسئولاً عن تطبيقها؟وهل

ثمة اتفاق عام حول نوعية هذه الأخلاقيات والأدبيات التي يجب استخدامها في البيئة الإعلامية الإليكترونية ؟ ومن سيضع هذه القواعد والأعراف؟ وأي سلطة يمكن أن يخول لها سلطة تنفيذها؟ وهل ثمة قواعد عامة يمكن تطبيقها في كل الحالات؟ أم أن تنوع مجالات البيئة الإعلامية الإليكترونية وتعدد أنشطتها، يؤدي إلى تعدد هذه القواعد الأخلاقية؟ وقيم أي مجتمع وتقاليده هي التي ستسود؟ وإذا جاز تطبيق هذه الأخلاقيات على مجتمعات جغرافية أرضية، فهل يمكن تطبيقها على مجتمعات فضائية افتراضية؟ وهل ستكون هذه المواثيق الأخلاقية مكتوبة أم غير مكتوبة؟

أما من ناحية الاهتمام، بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية، فلم يبدأ ألا بعد عام 1995، وبعد انتقال بعض الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون إليها، وفي عام 1997 نظم معهد بوينتر للتدريب الإعلامي مؤتمرًا عن القيم الأخلاقية في البيئة الإليكترونية، بالتعاون مع الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف ASNE وعني بتطويرها من خلال باحثيه من وقت لآخر (وهو ما سنتناوله بالتفصيل في الصفحات القادمة)، ورصد البعض أبرز الحقوق والمسئوليات الإليكترونية التي حددتها بعض المنظمات الدولية مثل الحق في الاتصال والسرية والتقاضي والتمثيل ومسئوليات التسامح والمصداقية ومراعاة مشاعر الآخرين، (محمد سعد، 2003) وبينما لم يرد كثيرًا ما يشير لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية في مواثيق الشرف الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية، فإن عددًا محدودًا من الصحف هي التي أشارت لهذه الأخلاقيات في مواثيقها، كما بدأت بعض المؤسسات الإعلامية العريقة في تضمين مواثيقها الإعلامية ما يشير للقضايا الأخلاقية التي تفرزها هذه البيئة الجديدة، وإن كانت معظم المواقع الإخبارية والإعلامية في هذه البيئة تكتفي بنشر ما يعرف بسياسة استخدام المواقع، وبيان الخصوصية وبالتعريف بنفسها كوسيلة بديلة لبيان المبادئ الأخلاقية التي تنظم طبيعة العمل فيها، ومن ثم، فإن دراسة أخلاقيات الإعلام في البيئة الرقمية يعتمد على تحليل الممارسات الإعلامية السائدة، وعلى الأبحاث الأكاديمية في هذا المجال، وعلى بعض المواثيق المتوافرة عن هذا الموضوع.

ثانيًا: الاتجاهات البحثية المعنية بتحليل أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية:

الاتجاه القائم على تحليل طبيعة القيم الأخلاقية وأسسها النظرية والإعلامية: وقد ظهر خلال التسعينات، للتعبير عن أهمية الأخلاقيات الإعلامية كحل لأزمة وسائل الإعلام، ولزيادة ثقة الجماهير فيها ولزيادة مصداقيتها، وهو اتجاه يقوم على تصور بأن أخلاقيات الإعلام ستحل أزمة وسائل الإعلام، وأن تطوير هذه المنظومة ضروري قبل التساؤل عن مدى صلاحية القيم الأخلاقية للتطبيق في البيئة الإليكترونية. ومن بين الحلول التي يدعو إليها وضع معايير أخلاقية عالمية إعلامية قابلة للتطبيق عبر الثقافات، وعبر المدارس الأخلاقية المختلفة(Strentz,2001) باعتبار أن التحديات الأخلاقية التي تواجه الصحفيين أصبحت عالمية، ومن ثم فثمة حاجة لوضع ميثاق عام عالمي لمواثيق الشرف الصحفية(Herrscher,2004).

الاتجاه القائم على تحليل مواثيق الشرف الإعلامية كمدخل لدراسة أخلاقيات الإعلام: وهو يؤكد على أن الإعلاميين في الصحافة المطبوعة يحتاجون لتطوير منظومتهم الأخلاقية وبناء منظومة قيم وأخلاقيات ومعايير إعلامية جديدة مع الجماهير والمجتمع. ويتفرع هذا الاتجاه إلى عدة محاور بعضها يعني بتحليل دور وأهمية ووظيفة مواثيق الشرف كضابط للمعايير الأخلاقية، والبعض الأخر يركز على تحليل قضايا وموضوعات معينة ضمن مواثيق الشرف الإعلامية، والبعض الأخر يعني بتحليل تأثير مواثيق الشرف في تشكيل سلوك الصحفيين، وغيرها يركز على مدى التزام الصحفيين بمواثيق الشرف الصحفية، والأخر يهتم بتحديد الإطار المفاهيمي لدراسة الأخلاقيات المهنية (Boyle,1986)(Shaver,1999) ومناقشة حالات وقضايا أخلاقية محددة، ويعرض تصور الصحفيين لها، بيد أن هذه المحاولات غالبًا ما تتناول بعض أجزاء من هذه المواثيق، ولا تقارن بين حقوق وواجبات الصحفيين، ولا تتعرض للقضايا والظواهر الجديدة التي تطرحها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، إلا فيما ندر.

الاتجاه القائم على تحليل دور أكاديميات ومعاهد الإعلام في تدريس أخلاقيات الإعلام وتأثير ثورة المعلومات، ووفقاً لتصور إنه بالرغم من التغير الذي أحدثه العصر الرقمي، إلا أن مؤسسات أكاديمية قليلة هي التي تقوم بتدريس مقررات تركز على تناول القضايا الأخلاقية والقانونية المرتبطة بالبيئة الإليكترونية (Smethers, 1998)، وأن الدراسات الأكاديمية التي حاولت تحليل الكتب الدراسية التي تناولت أخلاقيات وسائل الإعلام (Keith,2001) ، تتناول المبادئ الأخلاقية للمهنة وفقاً لرؤيتها الخاصة، ولكن لم تقدم نماذج معينة لكيفية صناعة القرار الأخلاقي، وخاصة في البيئة الرقمية، كما لم توفر توجيهات محددة لكيفية تصرف المحرر في المواقف الأخلاقية المختلفة، وركزت معظمها على عرض حالات وأمثلة، وقليل منها يتعلق بقضايا مثارة في البيئة الإليكترونية. كما أجريت دراسات عديدة ركزت على كيفية الاستفادة من شبكة الإنترنت في تدريس مواد إعلامية وخاصة مقررات أخلاقيات الإعلام. ويطالب هذا الاتجاه بإدخال برنامج دراسي يتناول أخلاقيات الإعلام وكيفية تطبيقها في الصحافة الإليكترونية، وتغطية القضايا والمشكلات الخاصة التي يفرزها العمل فيها. ويؤكد على أن ثورة الاتصال أدت إلى زيادة الحاجة إلى تعليم أخلاقيات الإعلام في الجامعات، (Pavlik1998,)، وعلى ضرورة تطوير علم أخلاقيات الإعلام لكي يتمكن من مواجهات المشكلات التي فرضتها تلك الثورة، والبحث عن أساليب جديدة لتعليم الصحفيين كيفية اتخاذ القرارات الأخلاقية في المشكلات التي تواجههم، وخاصة في مجال الصحافة الإليكترونية، وذلك لمواجهة قلة وضعف التأهيل الإعلامي والأخلاقي للعاملين بالمواقع الإليكترونية، والحاجة لأساليب جديدة لتعليم أخلاقيات الإعلام، خاصة وأن المواثيق الأخلاقية لا يمكن أن تغطي كل القضايا التي تواجه الصحافة الإليكترونية.

الاتجاه القائم على تحليل قيم وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة: ويعرب هذا الاتجاه عن مخاوفه من أن الصحافة سوف تتعرض للخطر نتيجة تخليها عن المعايير المهنية والمبادئ الأخلاقية، وهي تنتقل إلى البيئة الإليكترونية وخاصة ما يتعلق

منها بمعايير الدقة والصدق، ويرى أن التزام الصحافة الإليكترونية بهذه المعايير المهنية يشكل مصلحة عامة لكل وسائل الإعلام، وللإعلاميين بشكل خاص، والذين يجب أن يطوروا مبادئهم ومناهجهم الأخلاقية، يشكل مستمر بفعل تأثير البيئة الإليكترونية (David Arant, 2000)، كما يدعو للاتفاق على سلسلة من القضايا العامة التي تشكل عملية صنع القرار الأخلاقي في البيئة الإليكترونية، ويحددها في: ضرورة التوصل إلى بروتوكولات أخلاقية في مجال النشر الإليكتروني، وصناعة وطرق جمع الأخبار، وتبني نظام محدد للتحرير، ولطرق تقصي صحة الحقائق والمعلومات في بيئة تعتمد على الأخبار الفورية، وتحديد سياسات حجرات النقاش والدردشة بشكل واضح، وطرق وضع التصحيحات في مكان ظاهر وثابت في المواقع الإعلامية، وتحديد سبل التمييز بين العمل التحريري والمنتج التجاري، وأن تعالج هذه البروتوكولات القضايا والمشكلات الجديدة، وكذلك التوصل إلى صيغة محددة لبيع المعلومات والمواد الأرشيفية، والتوصل إلى معايير مهنية لطرق معالجة الصور الرقمية، وتحديد عدد العاملين المطلوبين لكل موقع وطبيعة الأعمال المكلفين بها Arant and Anderson, 2000).ويطرح هذا الاتجاه تساؤلات حول طبيعة مواثيق الشرف الملائمة للصحافة في العصر الجديد، ونوعية المعايير الأخلاقية الملائمة لعملية جمع ونشر الأخبار في العصر الرقمي، وطبيعة الحدود الأخلاقية للمحتوي الإخباري(Pavlik,1998) ؟ كما يدعو إلى إعادة النظر في المعايير الأخلاقية والمهنية للصحفيين في البيئة الجديدة (Deuze/Yeshua 2000).. ويرى هذا الاتجاه أن ثمة عوامل سوف تساعد في التأطير لمعايير أخلاقية جديدة خاصة بالبيئة الإليكترونية وهي: قيام بعض المؤسسات الإعلامية العريقة في البيئة التقليدية بتولي مهام إدارة بعض المواقع الإعلامية والإخبارية الشهيرة في البيئة الجديدة، وهو ما سينعكس أثره على التزام هذه المواقع بالقيم المهنية والأخلاقية، كما أن ضغوط المصالح التجارية والاقتصادية والتي تسعي لتنشيط مكانتها الاقتصادية والتسويقية والإعلامية، ستؤدي إلى تدخل قوي إعلامية فاعلة تساعد في زيادة مصداقية هذه المواقع، بالإضافة إلى جهود بعض الإعلاميين والباحثين المعنيين بشؤون

البيئة الإعلامية الجديدة وسعيهم لتأسيس معايير جديدة، توجه الإعلاميين العاملين فيها، كما أن التفاعلية التي توفرها هذه البيئة، ستساعد على الارتقاء بالمستوي المهني والأخلاقي من خلال الحوار والمشاركة التفاعلية التي تتم بين الأطراف المعنية

ومن بين الجهود المبذولة في هذا المجال، جهود معهد بوينتر (Poynter) والتي بدأت منذ عام 1997م، وتمثلت في عقد مؤتمر عن القيم الأخلاقية في وسائل الإعلام الجديدة، هدف لمساعدة الصحف الإليكترونية في صياغة مواثيق أخلاقية، وصياغة أدلة عمل توجه الصحفيين في البيئة الإليكترونية بالاستفادة من القيم التقليدية للإعلام، حيث قام 39 خبيراً بوضع محددات أساسية لهذه القيم الأخلاقية، وحددوا ستة قيم إخبارية أساسية، يمكن أن تتركز جهود الوسائل الإعلامية الجديدة حولها، وهي: القيادة، وتقييم الأخبار والمصداقية، وفرص الوصول، والشمولية والعدالة والتوازن، والدقة والأصالة، ورأوا أن ثمة مناطق خمس تحتاج لمزيد من النقاش وهي: مصداقية المضمون، واستخدام معايير الروابط التشعبية، والتعامل مع قواعد المعلومات، واحتمال نشر مضمون ضار أو مسيء، وتأثير الضغوط التجارية على النزاهة الصحفية. ومن بين أبرز ما ينص عليه البروتوكول المقترح، ضرورة التأكد من صدقية وموثوقية المحتوي الإليكتروني، وخاصة عند عملية تحريره، أو حتى في حالة نشره بشكل حرفي، وكذا التأكد مما إذا كانت المادة المنتجة من قبل الطاقم الإليكتروني ، تحمل نفس المعايير التي يؤمن بها رعاة الموقع وطاقم العمل الاليكتروني نفسه. وإن أقر القائمين على المشروع بأنه مجرد نموذج ولا يحتوي بالضرورة على إجابات لكل الأسئلة المطروحة في هذه البيئة.

كما ظهرت بعض المواثيق الأخلاقية المتعلقة بالإنترنت والصحافة الإليكترونية من أهمها وميثاق جمعية محرري المجلات الأمريكية (The American Society of Magazine)، ومشروع اتحاد الأخبار الإليكترونية Online News Association والذي سعي لصياغة دليل عمل موجه لكل العاملين في الثقافة الجديدة يدعوهم للتمييز بين الأخبار والمواد الإعلانية والتجارية.

الاتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الإعلامية الإليكترونية: وتستند أفكار هذا الاتجاه على بعض الدراسات التحليلية والميدانية للصحف الإليكترونية وللعاملين في البيئة الإليكترونية، وإن لم يركز معظمها على استكشاف واقع أخلاقيات الإعلام في البيئة الجديدة، ومن بين توصل إليه هذا الاتجاه تأكيد عدد كبير من المحترفين على عدم التزام الطبعات الإليكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة (Arant, 2000) ، وإلى أن مؤسسات إعلامية عديدة لم تقم بصياغة مواثيقها وبروتوكولات عملها، وإلى أنها تعمل وفق رؤية تقوم على إنه طالما تم تعلم الأخلاقيات في كليات الإعلام والصحافة، فلا حاجة لهذه المواثيق والموجهات (Arant and Quitney,2001)، وهو ما أكدته دراسة (Arant, 2000) من أن 32٪ من هذه الصحف لا تستعين بمواثيق أخلاقية، وأن 42٪ منهم فقط يستعينون بالمواثيق المستخدمة في الصحافة المطبوعة.

ويؤكد أنصار هذا الاتجاه على أن قلة عدد العاملين في هذه المواقع (Singer, Tharp and Haruta,1999) والحاجة الملحة لتحقيق السرعة والسبق، يؤدي إلى تآكل المعايير الأخلاقية، وافتقار المنتج الإعلامي الإليكتروني للدقة والاعتمادية، مقارنة بما يتصف به في البيئة التقليدية، كما تشير إلى عدم تبني ما يزيد عن نصف محرري البيئة الإليكترونية لمعايير الصحافة التقليدية المطبوعة، وقيام أغلبهم بإجراء تعديلات على المواد المطبوعة التي ينشرونها اليكترونيا، وأن 67٪ منهم ينشرون أخباراً عاجلة قبل نشرها بشكل مطبوع، وأن نصف مديري المواقع الإخبارية من غير خريجي كليات الإعلام، وهو ما يعني عدم دراستهم لأية مقررات متعلقة بأخلاقيات الإعلام، وإمكانية تعاظم المشكلات الأخلاقية، فمعظم العاملين في المواقع الإليكترونية لم يحصلوا على تدريب فيما يتعلق بأخلاقيات الكتابة والتحرير الصحفي وكيفية تقصي الحقائق ومواصفات الكتابة الإعلامية التي تتوافق مع القيم الأخلاقية، كما تشير هذه الدراسات إلى عدم اتفاق الصحفيين العاملين في البيئة الجديدة على طبيعة القيم والمعايير الأخلاقية التي يجب أن تنظم العمل الإعلامي فيها، وإلى عدم وضوح الاتجاه الذي يجب أن يختاره، إذ

بينما يرى البعض منهم أن البيئة الجديدة تمثل تهديدًا جديدًا للمهنة، وتضعهم في مأزق الاختيار ما بين القيم والتقاليد التقليدية وبين الحفاظ عليها في البيئة الجديدة، فإن البعض الأخر لا يزال يشعر بإمكانية تطبيق نفس المعايير التقليدية على البيئة الجديدة، ولو بشكل محدود، وخاصة فيما يتعلق بتوجهاتهم المهنية وتصوراتهم عن أدوارهم، وهو ما أكدته دراسة (Arant,Quitney,2001) والتي خلصت إلى أن المحررين الاليكترونيين يرون أن المعايير الأخلاقية للنشر لا يجب أن تختلف في البيئة الإليكترونية عنها في الصحافة المطبوعة، وإن قال عدد كبير منهم أن المعايير الأخلاقية تأثرت سلباً بسرعة النشر وبقلة عدد طاقم العمل. وبصفة عامة يدعو هذا الاتجاه إلى تنبيه الجمهور إلى الأخطاء التي قد ترتكب في البيئة الإعلامية الإليكترونية(Arant, 2000) (Arant and Anderson)، وإلى تطوير مهارات الصحفيين الخاصة بكيفية اتخاذ القرارات ذات الطابع الأخلاقي، وإلى إعادة صياغة تصور الصحفيين لأدوارهم، بحيث لا تقتصر على تقديم المعلومات، ولكن القيام بدور الوسيط والمنقي والمراقب والحكم، وإلى صياغة معايير واضحة ومتجددة لضمان نجاح العمل الإعلامي في هذه البيئة الجديدة، والعمل على إنشاء منظمات خاصة بالصحافة الإليكترونية مثل Online News Association بغرض دعم المعايير الصحفية الأخلاقية في البيئة الإليكترونية الجديدة.

ثالثًا : الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي :

تثير قضية أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل المتغيرات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة، عدة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي، ويمكن وضع هذه الرؤى مع تباينها في إطار تصور لفريقين:

الفريق الأول يرى أن البيئة الإعلامية الإليكترونية بحاجة لصياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات، فالمشكلة من وجهة نظرهم لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات المهنية للتطبيق على

وسائل الاتصال الجديدة، بقدر ما تكمن في أن ثورة الاتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تشكل تلك الثورة مناخاً إعلامياً واتصاليا جديداً يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة، ويبررون هذا الطرح بناء على عدة تصورات من بينها:

- أن أخلاقيات العمل الإعلامي جد متباينة في البيئة الإعلامية الإليكترونية عنها في البيئة الإعلامية التقليدية ، (سليمان صالح، 2005) فهذه البيئة تطرح منظومة جديدة من العمل الإعلامي، لم يتم التأطير لها من قبل، في وقت يجتهد فيه الإعلاميون لاستكشاف سبل مواجهة المواقف والحالات الأخلاقية التي يتعرضون لها، ومن ثم فثمة حاجة لمرشد وميثاق وموجه أخلاقي، يساعد هؤلاء الإعلاميين على الالتزام بالضوابط والواجبات الأخلاقية المتعارف عليها، وتلك التي تطرحها هذه البيئة، وكذلك لاستكشاف طبيعة الاختلاف بين البيئة التقليدية والإليكترونية، فعلى سبيل المثال فإن كثيراً من الواجبات والالتزامات الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية، تأخذ منحى آخر في البيئة الإعلامية الإليكترونية، كضرورة الفصل بين الإعلان والمادة التحريرية، ومن ثم فإن فمطالبة الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإليكترونية بتحري ذات الضوابط المتبعة من قبل الإعلاميين في البيئة التقليدية، يعد تزايداً من جهة، ومغالاة في المطالبة بالالتزام الواجبات الإعلامية الأخلاقية من جهة ثانية، وعدم فهم لمناخ وطبيعة العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية من جهة ثالثة، حيث تطرح مثل هذه العلاقة في سياق جديد وبأبعاد مختلفة.

- أن البيئة الإعلامية الإليكترونية تشهد هجرة غير مسبوقة من قبل الوسائط الإعلامية التقليدية، والتي أصبحت تجد في هذه البيئة الجديدة مجالاً أرحب وأوسع لتواصلها مع جمهورها، بيد أنها بيئة خاصة، لها متطلباتها التي قد تتفق أو لا تتفق مع الضوابط الأخلاقية التقليدية، مما يحتم ضرورة التفكير في طبيعة الظواهر الأخلاقية الجديدة التي تفرزها هذه البيئة، وكيفية التعامل معها، وكيفية التوفيق بين مقتضيات العمل

في كل من البيئتين، وكيفية مساعدة الإعلاميين على الالتزام المهني بالقيم الأخلاقية في كل منهما.

- أن البيئة الإعلامية الإليكترونية تشهد ميلاد إعلاميين جدد، بعضهم ينتمي لمؤسسات إعلامية تقليدية لها تقاليدها وأخلاقياتها، وبعضهم تم تأهيله في أكاديميات إعلامية، إلا أن عدداً كبيراً من هؤلاء الإعلاميين يمارس عمله الإعلامي: إما لأول مرة أو بدون خبرة إعلامية، وفي كل الحالات، فهم بحاجة لمرشد وموجه أخلاقي، لما ينبغي وما لا ينبغي من واجبات، وكذا لمعرفة حقوقه الإعلامية، فضلاً أن عدداً كبيراً من جمهور الوسائل الإعلامية التقليدية، أصبح يتعاطى مع هذه البيئة الإعلامية الجديدة، وهو في حاجة لحماية لحقوقه، وتوعيته بطبيعة ضوابطها الأخلاقية، وبطبيعة المسئوليات الاجتماعية والأخلاقية للإعلاميين تجاهها.
- بينما يتوافر للمؤسسات الإعلامية التقليدية مواثيق وضوابط مهنية وأخلاقية سواء مكتوبة أو غير مكتوبة، إلا إنه لا يتوافر ذات المواثيق أو الضوابط للعاملين في البيئة الجديدة ..(David Arant, 2000) (، وهو ما يدعو، وبإلحاح لصياغة موجهات أخلاقية تتناسب معها، وخاصة في ظل تكدس الإشكاليات الأخلاقية التي أفرزتها، وتلك التي ورثتها من البيئة التقليدية.
- أن الطبيعة الكونية أو الشمولية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الإعلامية الإليكترونية، تدعو للتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات، نظراً لتغير طبيعة هذه البيئة من فترة لأخرى، ولإمكانية تطبيقها على جميع الإعلاميين العاملين في هذه البيئة الجديدة، ولطبيعة الوسيلة نفسها ، كما أن اندماج الوسائط الإعلامية معاً، يخلق حافزاً جديداً للتفكير في أخلاقيات عمل ناجمة عن طبيعة هذا الاندماج، وإمعان النظر في تأثيراته المهنية والأخلاقية، سواء على البيئة الإعلامية التقليدية ذاتها، أو على البيئة الإليكترونية.

وبالرغم من دعوة هذا الفريق لصياغة مبادئ وأعراف ومواثيق أخلاقية جديدة،

خاصة بالبيئة الإعلامية الإليكترونية، فإن ثمة صعوبات تعترض طريقه من بينها، تقلب وتغير هذه البيئة من وقت لآخر، وتداخل وكثرة عدد الوسائل العاملة فيها، وقلة عدد الكيانات المهنية الإعلامية المعترف بها، وغياب الجهات الرقابية المهتمة بمتابعة مدى الالتزام المهني والأخلاقي للإعلاميين العاملين فيها، وللتباين بين عالمية الوسيلة وبين خصوصية القيم الأخلاقية..الخ

الفريق الثاني : يرى عدم وجود حاجة لسن مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الإليكترونية، باعتبار أن ثراء البيئة يضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية. ويطرحون في ضوء هذه الرؤية عدة مبررات من بينها:

صعوبة وضع ضوابط محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة، تجعل وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي عملاً صعباً، بفعل أن ما هو قابل للتطبيق في هذه اللحظة، قد لا يكون مقبولاً بعد فترة قصيرة من الوقت، نظراً للتطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الإليكترونية.كما أنها لا تزال غير محددة المعالم، والكثير من التساؤلات المتعلقة بما يجوز وما لا يجوز، وما هو حق خاص وما هو حق عام، لم يتم الاتفاق عليها بعد، فهي لا تزال في طور التشكيل، ومن ثم فإن محاولة صياغة أية مواثيق شرف إعلامية لهذه البيئة الجديدة، سيعد أمر قاصراً وغير مكتملاً أو صعباً بفعل عدم إمكانية حسم الكثير من الموضوعات التي يمكن أن تتضمنها مثل هذه المواثيق.

إن أخلاقيات الإعلام عامة ولا تختلف من وسيلة إلى أخرى، (سليمان صالح، 2005) كما أن القيم والضوابط الأخلاقية هي واحدة، بغض النظر عن طبيعة البيئة الإعلامية التي يتم تطبيقها فيها، وبغض النظر عن جدة أو قدم الوسيلة الإعلامية، فما ينبغي أن يلتزم به الإعلامي في البيئة التقليدية، يجب أن يلتزم به أيضًا في البيئة الإليكترونية، فذات الشخص، لم يتغير، بغض النظر عن تغير البيئة التي يعمل بها، كما

أن غالبية الصحفيين العاملين في البيئة الإعلامية الإليكترونية، انتقلوا إليها أو مازالوا يجمعون بين العمل في البيئيتين، وهو ما يعني أنهم لا يزالون يحملون ذات الهوية الإعلامية، ومطالبين بذات الضوابط والمعايير الأخلاقية، بغض النظر عن الوسيط الذين يعملون لصالحه، في الوقت الذي يمكنهم فيه الرجوع إلى القيم والضوابط والمواثيق الأخلاقية التي تسود في البيئة التقليدية، للاحتكام إليها عند الضرورة، وهي قيم وتقاليد لا تزال صالحة للتطبيق في البيئة الإليكترونية.

جرى العرف على أن تُصيغ كل مؤسسة إعلامية ميثاق شرف إعلامي يلتزم به العاملون فيها، وهو أمر كان مقبولاً في المؤسسات الإعلامية التي تضم المئات بل والآلاف من الإعلاميين، بما يسمح بصياغة إطار عام، يضبط حركة العمل الإعلامي المؤسسي فيها، وبما يشكل مقياساً لمدى الالتزام الأخلاقي والمهني، ولكن وبالرغم من أن البيئة الإعلامية الإليكترونية، تضم الآلاف المنابر والوسائط الإعلامية، ومن مشارب متنوعة، وبخلفيات متعددة، ومعظمها لا يضم إلا عدداً قليلاً من الأفراد، وبعضها يصدرها فرد واحد، وهو ما يطرح تساؤلاً حول عدد مواثيق الشرف الإعلامية التي تحتاجها البيئة الجديدة؟، وهل يجوز صياغة ميثاق شرف لصحفي أو إعلامي واحد؟، وإذا جاز، فهل سيمارس الإعلامي ذاته دورين في ذات الوقت؟ دور الإعلامي ودور الجهة التي تُقيم التزامه الأخلاقي والمهني معاً.

بينما تطبق معظم المؤسسات الإعلامية في البيئة التقليدية ضوابطها الأخلاقية على العاملين، بعد إعدادهم وتهيئتهم لمناخ العمل فيها، كما يشكل المناخ المؤسسي، عامل توجيه وإرشاد وضبط لمعايير الالتزام المهني لديهم، وهو أمر ييسر إمكانية المساءلة الأخلاقية للإعلاميين، وخاصة مع خريجي كليات الإعلام، الذين تم تهيئتهم مسبقاً وتعريفهم بمتطلبات وواجبات مهنة الإعلام، لكن الحال جد مختلف في البيئة الإعلامية الإليكترونية، التي يختلط فيها الحابل بالنابل، وينخرط فيها أشكال متنوعة من الإعلاميين الجدد، بعضهم يعمل وفق ضوابط مؤسسية مهنية، والبعض الآخر لا يلتزم بذلك، وبعضهم تم تأهيله إعلامياً وأخلاقيا من قبل، والبعض الآخر لم يحظى بهذه

الفرصة، ومن ثم يصعب مطالبة الإعلاميين جميعهم في البيئة الإعلامية الإليكترونية بالالتزام بالضوابط الأخلاقية: إما لأنه لم يتم تأهيلهم من قبل، وإما لأنه لا توجد ضوابط مؤسسية تجبرهم أو تحفزهم على الالتزام بها. ومن ناحية ثانية، فإن مناخ العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية يخلق فاصلاً وحاجباً إضافياً بين الإعلامي والجهات التي يلتزم إزائها أخلاقياً، فثمة مسافة بين الإعلامي وبين القراء، وبينه بين الواقع الذي يعمل فيه، فضلاً عما تضفيه عليه الوسيلة الجديدة من إمكانية تجهيل وتخفي بعدة مسميات ووجوه، وما تتمتع به من آفاق لا نهائية من الحرية وكسر القيود التقليدية، ومن ثم، فإنه يصعب مطالبة الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإليكترونية بالالتزام بمسئوليات أخلاقية معينة، خاصة في ظل غياب أو عدم وضوح طبيعة الجهات التي يجب أن يلتزمون أمامهم. ومن ناحية ثالثة، فإن طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، وما توفره من إمكانية تزويد المادة الإعلامية بوصلات وروابط من مواقع أخري، تجعل من الصعوبة مساءلة الإعلاميين في البيئة الجديدة عن أعمال الآخرين، فالإعلامي مطالب بمراقبة ومراجعة عمله وما يقع في دائرة اختصاصه فقط، لكن لا يمكن مساءلته أخلاقياً عن أعمال وإنتاج الآخرين، وتنتج هذه الحيرة من كون الإعلامي يريد أن يثري مادته الإعلامية الإليكترونية من خلال ربط جمهوره بمواقع الآخرين ، وهو أمر يُحمد عليه، لكن من ناحية أخري، فإنه قد لا يضمن دقة وسلامة وصحة ما ينشره الآخرون على مواقعهم، وحتى في حال تحريه للمواقع التي يقوم بوصل جمهوره بها، فإنه لا يضمن ماذا سيحدث بها بعد فترة قصيرة، وهل لا تزال تتحرى هذه المواقع الدقة والسلامة والأمانة والصحة الإعلامية أم لا، ومن ثم فإن مساءلة الإعلامي في هذا الصدد، قد يدخل في باب المغالاة، وتحميله فوق طاقته.

وإذا سلمنا جدلاً بإمكانية التزام الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة ببعض الواجبات المهنية والأخلاقية، فإنه يصعب مطالبتهم بكل البنود التي تنص عليها مواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات مهنة الإعلام، فمثلاً يمكن مطالبة الصحفيين بتحري الدقة والصدق والتوازن وغيرها من المعايير والقيم المهنية في

التغطية الإعلامية، لكن كيف يمكن مطالبة الإعلاميين بالالتزام بحق الجمهور ، في ظل تنوع جمهور هذه الوسائل واختلاف احتياجاته وثقافته، وإذا كان الرد بالقول بضرورة التزام هذه الوسائل بجمهورها المحلي، فإن ذلك يحجب عن الوسائل العاملة في البيئة الإليكترونية أحد أهم سمات تميزها، وهي العالمية والقدرة على الوصول إلى جمهور متنوع. ومن جهة أخري، فإن طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية تزيد من الأعباء الأخلاقية الواقعة على عاتق الإعلاميين، فبينما تيسر على الإعلاميين إمكانية الوصول إلى العديد من المصادر الإعلامية والصحفية، وإمكانية الاقتباس منها ونسخها وإعادة معالجتها وغيرها من الأمور، بيد أنها أوجدت أعباء أخلاقية جديدة ناجمة عن الوسيلة ذاتها، وعن طبيعة عملها، أكثر مما هي ناجمة عن ضعف وقصور مهني لدى الإعلاميين.

وبالرغم من وجاهة نظر الفريق الثاني، إلا أن كل المبررات التي يسوقها، لا تنفى أهمية الحاجة لوجود ضوابط وقيم أخلاقية للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة، فعلى الرغم من التغير السريع في البيئة الإليكترونية، فبالإمكان ملاحقة ومتابعة هذه التطورات وإدراجها ضمن منظومة القيم الأخلاقية التي يجب النص عليها في البيئة الإعلامية الجديدة، فالمواثيق الأخلاقية مرنة وقادرة على استيعاب ما يستجد من ظواهر وقضايا، كما أن عدم صياغة مثل هذه المواثيق يمثل ضرراً فادحاً، كما أن اختلاف طبيعة القيم الأخلاقية التي تسود في البيئة الإعلامية الإليكترونية عن سواها في البيئة التقليدية لا يرقي كمبرر لعدم الاجتهاد في صياغة ضوابط أخلاقية جديدة، فضلاً عن أن عدد العاملين في البيئة الإعلامية الجديدة في تزايد مستمر، وهو ما يدعو لمزيد من الحاجة لتأسيس ضوابط أخلاقية تساعدهم في عملهم، وفي تحديد كيفية مساءلتهم أخلاقيًا أمام رؤساؤهم، وزملاؤهم، وجمهورهم والمؤسسات والمنظمات المهنية المعنية بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة، وإن كان الأمر يحتاج لمزيد من الجهد، لتدريب الإعلاميين الجدد على الالتزام بالواجبات الإعلامية التي تفرزها البيئة الإعلامية الإليكترونية.

رابعًا: حقوق الإعلاميين في البيئة التقليدية والإليكترونية:

تنص القوانين والتشريعات والمواثيق التي تنظم عمل وسائل الإعلام في البيئة التقليدية على جملة حقوق يتمتع بها الإعلاميون العاملون بهذه الوسائل. وتدور هذه الحقوق حول عدة محاور أساسية تتعلق بحقوق الإعلاميين إزاء جمع المعلومات من مصادرها، والحقوق المهنية، والحقوق المؤسسية، والحقوق الفكرية والسياسية والثقافية والحقوق المادية والمعنوية والشخصية وغيرها.

ومن بين الحقوق التي تنص عليها المواثيق الأخلاقية، حق الصحفي في جمع ونقل المعلومات بدون عوائق والحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها الأساسية، وعدم إجباره على إفشاء مصادر معلوماته، وحقه في رفض الوسائل غير المشروعة للحصول على المعلومات، والكشف عمن يدخلون عليه الغش في الأنباء والمعلومات أو ينكرون ما أدلوا به. ومن بين الحقوق الفكرية والثقافية والسياسية للصحفي: حقه في التعبير عن وجهة نظره بصرف النظر عن طبيعة اجتهاداته الفكرية والسياسية، وحقه في التعليق على الأحداث، وفي النقد، وفي الدفاع عن الحقيقة ونشر كل المعلومات التي تهم الصالح العام، وحقه في عدم مساومته على أخلاقيات المهنة. ومن بين الحقوق المهنية للصحفيين: حقهم في ضمان استقلالية عملهم الصحفي، وضمان أمنهم المادي والمعنوي، وتوفير الشروط الضرورية لممارساتهم المهنة، وتحسين مناخ العمل، وعدم جواز تهديدهم أو ابتزازهم في سبيل نشر ما يتعارض مع ضمائرهم وتأكيد المكانة الرفيعة لهم، وحمايتهم من كافة الضغوط الداخلية والخارجية، وعدم حملهم على تقديم روايات غير صحيحة أو محرفة، وإحاطة مساءلتهم التأديبية، بضمانات كافية، وضمان حقهم في المشاركة في الإدارة الذاتية لصحفهم. ومن بين الحقوق المؤسسية للصحفي: حقه في التخلي عن المهام التي لا تتفق مع ميثاق الشرف الصحفي، أو تتعارض مع ضميره الصحفي، وحقه في رفض أي تغيير لآرائه أو كتاباته، وعدم حرمانه من الكتابة دون وجه حق، أو نقله إلى عمل غير صحفي، أو تعريضه لأي أذي في حالة رفضه

القيام بمهام معينة، وحقه في الإطلاع كتابة على السياسة العامة لمؤسسته، وحماية ما يعرف بشرط الضمير، وحقه في الحصول على حماية من رئيسه في العمل، وفي احترام عمله، وفي الحصول على تدريب مهني حديث، وحقه في الحصول على عقد شخصي، وضمان أمنه المادي والمعنوي، مع الأخذ في الاعتبار طبيعة وظيفته ومسئولياته ومكانته الاجتماعية.

وبينما يطالب الإعلاميون في البيئة التقليدية بمثل هذه الحقوق، فإنه يمكن رصد الملاحظات التالية على طبيعة هذه الحقوق في البيئة الإليكترونية وهي:

- أدى غياب القوانين التي تنظم العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، والاهتمام بضبط وتقنين الجوانب التقنية والفنية لهذه البيئة أكثر من الاهتمام بالتنظير للحقوق المهنية، وقلة عدد العاملين في بعض المواقع ، وقلة القيود المفروضة على العمل الإعلامي، إلى عدم إمكانية تحديد طبيعة الحقوق التي يتمتع بها الإعلاميون في هذه البيئة، وتراجع الاهتمام بصياغة تشريعات ومواثيق تنص على حقوقهم، كما أدى غياب الجمعيات والاتحادات والنقابات التي تهتم بسن تشريعات ومواثيق تنص على حقوق الإعلاميين في البيئة الإليكترونية – أو على الأقل ندرتها بشكل كبير- إلى حرمانهم من وجود جهات تدافع عن حقوقهم وتطالب بضمانات مهنية لهم، كما أدت حداثة العمل الإعلامي في البيئة الجديدة، وقلة حالات النزاع أو الصراع بين الأطراف المعنية في العمل الإعلامي حتى الآن، إلى عدم احتشاد القوى الإعلامية للمطالبة بقوانين وضمانات تحمي حقوق الإعلاميين.
- بينما يتمتع أو يطالب الإعلاميون العاملون في البيئة الإليكترونية، والذين ينتسبون لمؤسسات إعلامية تقليدية بذات الحقوق التي يتمتع أو يطالب بها نظرائهم في البيئة التقليدية، فإن نظرائهم ممن لا ينتسبون لمثل هذه المؤسسات لا يتمتعون بمثل هذه الحقوق.
- محدودية عدد المواقع الإعلامية الإليكترونية التي صاغت للعاملين بها حتى الآن

بروتوكولات ومواثيق تنظم سير العمل الإعلامي فيها، وتركيزها على الواجبات أكثر من الحقوق، ومن ثم لم يتوفر حتى الآن مناخ داعم للحقوق والضمانات التي ينبغي أن يتمتع بها الإعلاميون في البيئة الجديدة، حيث لم تعن معظم المحاولات التي تمت حتى الآن – في مجال التنظير لأخلاقيات وتشريعات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية- بمحاولة صياغة نصوص ومواثيق تسن لحقوق وواجبات الإعلاميين في البيئة الجديدة، إذ ركز أكثرها على طبيعة العمل الإعلامي في هذه البيئة والفرق بينه وبين العمل في البيئة التقليدية.

بيد إنه يمكن تصور الآتي فيما يتعلق بحقوق الإعلاميين في البيئة الجديدة:

- أن مجمل الحقوق التي يتمتع أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة، سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق لمثل هؤلاء الإعلاميين التمتع بهذه الحقوق، فضلاً عما تضفيه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، وحرية الوصول لمصادر معلومات أكثر، والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم، وغيرها. بيد أن هذه الحقوق تحتاج لصياغتها في شكل مواثيق وبروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميون بها.
- أن البيئة الجديدة أضافت بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق للإعلاميين، من بينها حقهم في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم، أو محاولة كسرها، وعدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإليكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإليكترونية، وحقهم في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإليكترونية من التصنت والاختراق والهكرة، وحقهم في الحصول على مزايا حمائية لبياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم، وحقهم في الوصول المباشر لمصادرهم ولوسائلهم الإعلامية، بدون عوائق تكنولوجية، وحقهم في استنباط واستخدام

طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية الإليكترونية وغير الإليكترونية، وحقهم في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إليكترونية، وحقهم في الانتفاع والوصول لمصادر المعلومات التي تفرض قيوداً على استخدامها، مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة، وحقهم في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفعالية، وحقهم في الحصول على ما يعرف ببدل تكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية، وحقهم في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، وحقهم في إيجاد كيانات مهنية إليكترونية محلية وعابرة للدول، تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم، مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.

خامسًا: واجبات الإعلاميين في البيئة التقليدية والإليكترونية:

تنص التشريعات والمواثيق الإعلامية على جملة من الواجبات والالتزامات المناطة بالإعلاميين في البيئة التقليدية من بينها: واجبات والتزامات متعلقة بعملية جمع الأخبار ونشرها، والتزامات مهنية وشخصية وأخرى متعلقة بالعلاقة بالمصادر والمعلنين وبحق الجمهور في المعرفة وحماية الخصوصية وغيرهم.

(1) الواجبات المتعلقة بعملية جمع ونشر الأخبار والآراء والصور والرسوم:

من بين الواجبات التي تقع على عاتق الإعلاميين في البيئة التقليدية فيما يتعلق بعملية جمع ونشر الأخبار:ضرورة نقل الأنباء بدقة، وذكر الحقيقة، والالتزام بالموضوعية والصدق، والإنصاف والتوازن، والتحقق من صدق الخبر وصحته، وعدم حجب معلومات هامة، والحرص على التدفق الحر والمتوازن للأخبار، واحترام حق المواطن في المعرفة، وعدم تشويه المعلومات أو حجبها أو نشر الأخبار غير المؤكدة، وتصحيح المعلومات الخاطئة وغير الدقيقة، والفصل بين الخبر والتعليق، وتحري شمولية الأحداث والمعلومات، واكتمالها، وتفسيرها بأمانة، وعدم الإثارة والمبالغة الصحفية وعرض كل

الآراء واحترامها، وضرورة اتفاق عناوين المادة الصحفية مع موضوعها وسياقها، والتعبير الصادق والأمين عن الرأي، وعدم استخدام لغة صحفية لا تتفق مع الذوق العام، وتجنب الإساءة للآخرين، والالتزام بالسعي لتحقيق أقصي المعايير الأخلاقية واللياقة والتمثيل المتميز للمهنة، وإتباع الطرق المشروعة في الحصول على المعلومات الصحفية، ورصد الحقائق من أطرافها المعنية ، والتعريف بهويتهم، وعدم استخدام هوية مزيفة أو كاميرات مخفية أو عدسات مقربة أو زرع أجهزة تتصنت أثناء أدائهم لعملهم.

وتنطبق مثل هذه الواجبات أيضًا على العاملين في البيئة الإليكترونية، بيد أن ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ البعض الأخر منها أشكالاً مختلفة، فضلاً عن وجود عدة تساؤلات لا تزال تحتاج لأجوبة لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في هذه البيئة.

ومن بين الواجبات الجديدة الملقاة على عاتق الإعلاميين في هذه البيئة، ضرورة نقل ونشر وبث الأخبار والمعلومات بسرعة وفورية وآنية، حيث أصبحت الفورية، أحد السمات الأساسية في البيئة الإليكترونية، حتى إنها بدأت تأخذ أشكالاً جديدة وغير معروفة في البيئة التقليدية، (سليمان صالح، 2005) مثل نشر الأخبار العاجلة، وتحديث المعلومات والأخبار بطريقة فورية ومتلاحقة، وإرسال المعلومات والأخبار العاجلة للجمهور على صناديقهم الإليكترونية لحظة حدوثها، وهو ما أثر على دقة الأخبار والمعلومات المنشورة في المواقع الإخبارية والإعلامية الإليكترونية، (سليمان صالح، 2002، 72)وقد أشارت إلى ذلك دراسة أجراها أرانت وأندرسون، حيث قال (47 %) من محرري الصحف الإليكترونية أن عامل السرعة في البيئة الإليكترونية قد قلل من إمكانية تطبيق المعايير والأحكام المهنية الأخلاقية التقليدية مثل الدقة على أخبار ومعلومات الصحف الإليكترونية، وهو ما أرجعه(37 %) منهم إلى قلة عدد الصحفيين الذين يعملون في هذه الصحف، ومحدودية الوقت المتاح أمامهم وقد تكرر

هذا التفسير في دراسات أخرى (David Arant, 2000) (Bob Gils,2001) Singer et al., 1999). (سليمان صالح، 2005).

كما تتخذ مفاهيم الموضوعية والأنصاف والعدالة والشمولية والتوازن أشكالاً جديدة في هذه البيئة، تجعل من الصعوبة تحقيقها بشكل حرفي في التغطية الإعلامية الإليكترونية، فكما يسرت هذه البيئة على العاملين بها إمكانية الالتزام بهذه المعايير وتحقيقها، فإن ألقت على كاهلهم أعباء أخلاقية إضافية، نظرًا لغزارة المعلومات والأخبار وثراء الوسيلة، وتعدد المصادر، وتباين مصداقيتها، وعدم القدرة على تقصى مصداقية المواقع الأخرى، وتباين المعايير التي يمكن الاستناد إليها للحكم على دقة المادة الإعلامية، واختلاف طرق التثبت من مصادر المعلومات، في بيئة متداخلة، ويصعب فيها التأكد من الهوية الحقيقية للمصدر..الخ، مع قلة الوقت المتوفر لفحص ومراجعة المعلومات، والحاجة الملحة لملء وتحديث مساحة الموقع على مدار اليوم، وتقليد المواقع الإخبارية الإليكترونية لبعضها البعض، ونشرها لبعض أخبارها بدون التأكد من مصداقيتها، اعتمادا على توافرها في موقع أخر، ووجود تصور لدي بعض العاملين في البيئة الجديدة، بعدم ضرورة توافر نسبة المائة بالمائة من مصداقية الخبر لنشره، وهو ما خلصت إليه دراسة Arant من تأكيد العاملين في هذه البيئة على صعوبة الالتزام بمعايير التأكد من صحة الخبر في هذه البيئة.ومن ناحية ثانية، تكشف الممارسات الأخلاقية للمواقع الإعلامية في البيئة الجديدة، عن عدم تأكيدها على صحة المواد المنشورة على صفحاتها، فمثلاً ورد ضمن اتفاقية استخدام موقع الجزيرة (إن المادة الموجودة في هذا الموقع تُقدم كما هي، من غير تأكيدات أو ضمانات صريحة كانت أو ضمنية على صلاحيتها لأي غرض معين، أو ملاءمتها لأي مادة أخرى، أو خلوها من أي انتهاكات لحقوق الغير، أو أمانها أو صحتها، وأن الموقع لا يقدم أي ضمانات على أن الخدمة الموجودة فيه ستكون دون انقطاع أو خالية من الأخطاء، أو أن أي عيوب قد توجد فيها سوف تصحح، وأن الموقع لا يتحمل مسئولية أي مادة فيه عن أي ضرر مباشر أو غير مباشر مادي أو معنوي ينشأ من استعمال هذا الموقع أو من عدم التمكن

من استعماله أو من أي خطأ أو حذف أو عيب يوجد فيه أو من عدم صحة المعلومات التي يقدمها أو من أي تأخير أو انقطاع في بثه.

وبالرغم من هذه المؤشرات، فثمة وجهتين نظر فيما يتعلق بانعكاس هذه الأوضاع والأشكال الجديدة على الواجبات والالتزامات الأخلاقية الخاصة بجمع ونشر الأخبار والصور في البيئة الإليكترونية، الأولى ترى أن البيئة الرقمية توفر العديد من الفرص للحصول على المعلومات، بفعل ما تتمتع به من إمكانيات غير محدودة في جمع ونشر الأخبار والآراء، وما يتوافر لها من إمكانيات تفاعلية وتكنولوجية، وما أوجدته من طرق جديدة لجمع ونشر الأخبار، وتوفيرها ، لمصادر متنوعة، ولمعلومات أكثر إفادة للجمهور، وبنوعية أفضل، ولإعطائها دوراً أكبر للجمهور في تشكيل الأخلاقيات الصحفية، من خلال المشاركة والحوار والتواصل التفاعلي، ولتحريرها للإعلاميين من ضغوط السعي وراء أساليب الإثارة، ولتغييرها لدورهم المتعلق بجمع المعلومات، بحيث أصبح يتركز أكثر على تسهيل عملية تنقل وحركة المعلومات أكثر من الحصول عليها.

بينما ترى وجهة النظر الثانية، أن الطبيعة المتغيرة والسريعة للعمل الإعلامي في البيئة الرقمية واعتمادها على عدد قليل من الصحفيين، وعدم تكون صورة متكاملة عن طبيعة مهنة الإعلام ومحترفيها والمنتمين إليها في البيئة الرقمية بعد، وسهولة عملية النقل والنسخ وإعادة الإنتاج والتوزيع والتخزين والاسترجاع، وإمكانية استخدام الإعلاميين لهويات مزيفة لجمع ونشر المادة الإعلامية وللتواصل مع القراء والمصادر، كل ذلك أدى إلى التسرع في بث ونشر الأخبار والمعلومات بدون تدقيق، وإلى تناقص مصداقية الأخبار، وزيادة أزمة مصداقية وسائل الإعلام، والتعدي على حقوق الآخرين وتدمير شخصياتهم وعرضهم في أوضاع غير لائقة، وزيادة حالات اختراق خصوصية الآخرين، وتزييف الوقائع الحقيقية للقضايا والمعلومات بسهولة، كما يشير أنصار وجهة النظر هذه إلى إنه بينما وفرت تكنولوجيا البيئة الجديدة أدوات عديدة للصحفيين

لتعميق المادة الصحفية، وللبحث عن المعلومات واستكمال خلفياتها، وتحديد هوية مصادرها، فإنها أوجدت ثقافة جديدة تفتقر للقواعد وللحدود، وللمرجعية الأخلاقية التي يمكن الاحتكام إليها لتقرير مدى دقة المعلومات وشموليتها (Palvik, 1997) .

وبالرغم من وجاهة كل من وجهتي النظر، إلا أن الأمر يحتاج لمزيد من البحث والدراسة لتحليل وتقييم الممارسات الأخلاقية في البيئة الإعلامية الإليكترونية، والإجابة على العديد من الأسئلة المتعلقة بمعايير تقييم المعلومات في البيئة الجديدة، وإلى أي مدى يحق للإعلامي في هذه البيئة تطويع وسائلها التكنولوجية للحصول على المعلومات؟، وإلى أي مدى يحق له إخفاء شخصيته؟ (Lasica, 2001) وهل ثمة معايير جديدة لتفسير قضية السبق الإعلامي في بيئة تعتمد على المنافسة وعلي السرعة؟، وهل ما ينطبق على البيئة التقليدية من ضرورة تحري دقة المعلومات وصحتها والتأني من نشرها ينطبق بذات القدر على الوسائل العاملة في البيئة الإليكترونية مع وجود إمكانية تصحيح فوري وآني في هذه الوسائل؟، وكيفية التوفيق بين احترام التقاليد المهنية وبين الخضوع لمقتضيات الوسيلة وبين تلبية احتياجات الجمهور في المعرفة العاجلة والآنية والفورية؟ وهل يكتفي بتصحيح الخبر بعد نشره، كمبرر للنشر العاجل والفوري للأحداث؟ وهل الفورية هدف في حد ذاتها، وإلي أي مدى يمكن تحقيقها في التغطية دون المساس بمصالح الجمهور؟ وهل ينبغي أن يحصل الصحفي على أذن قبل الاقتباس من حجرات الدردشة والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية؟ وإلى أي حد ينبغي عدم تشجيع الصحفيين على استخدام وسائل تنتهك خصوصية الآخرين؟ وكيف يمكن تحديد الفواصل بين ما يعد مشاركة المعلومات مع الآخرين وما بين انتحالها sharing or plagiarism

ويكشف تحليل المواثيق والأدبيات المتعلقة بأخلاقيات جمع ونشر الأخبار في البيئة الإليكترونية عن تركيزها على ضرورة التأكد من صدق المعلومات، حيث أشارت معظم هذه المواثيق ومنها الإعلان الذي أصدره مؤتمر معهد بوينتر عام 1997م إلى ضرورة أن يلتزم محررو الصحف الإليكترونية بالتأكد من صحة ما ينشرونه من حقائق

ومعلومات وأخبار، وحتى إذا كانت المادة قد نشرت في الصحيفة المطبوعة، أو المحطة الإذاعية أو التليفزيونية، فإنه يجب التأكد من التزامها بالمعايير المهنية، عند وضعها على الموقع أو اختصارها أو إجراء أية تغييرات عليها، والتأكد من أن هذه التغييرات لا تؤدي إلى التقليل من دقة المادة أو جودتها أو مصداقيتها، وإذا كانت المعلومات والأخبار لم تنشر على صفحات الصحيفة المطبوعة، فإنه يجب أيضا التأكد من صحتها، ومن أنها لا تؤدي إلى التضليل. كما يؤكد الإعلان على ضرورة الحرص على دقة وصحة المعلومات الخلفية، والملحقة بالأخبار، والتي قد تكون ميزة إذا ما التزمت الصحافة الإليكترونية والمواقع الإخبارية بالتأكد من صحتها ودقتها، وقد تؤدي لجلب مشكلات جديدة، إذا لم تهتم بذلك.

كما أكد إعلان المعهد على ضرورة التزام الإعلاميين في البيئة الجديدة بالبحث عن الحقيقة، وبالتغطية الشاملة والعادلة للأحداث، والاستقلال عن مصادر المعلومات، باعتبارها مبادئ لا تتغير بتغير الوسيلة المستخدمة في جمع الأخبار، كما ينص على ضرورة تحري الدقة، باعتبارها من أهم المعايير التي أجمعت عليها المواثيق الأخلاقية، والحرص على التثبت من مصدر المعلومات وصدقيته، وتحديد نوعية المسئول عن المعلومات وما يمكن أن تسببه المعلومات الخاطئة أو غير الدقيقة من أضرار ؟ وأن يُضمن الموقع ما يشير إلى أن المعلومات المتضمنة فيه تم تحريرها بمثل ما هو معمول به في الوسائل التقليدية، وأن يتم إخطار مستخدمي الموقع في حالة ما تم وضع مادة على الموقع من مصادر لا تلتزم بمعاييره الأخلاقية، وأن قواعد المعلومات بالموقع يتم تحديثها بما يتوافق مع معايير التوقيت والدقة والملائمة، مع تحذير المستخدمين في حالة انتقالهم لموقع آخر ، من إمكانية عدم التزام هذا الموقع بالمعايير الأخلاقية المتبعة لديه.

كما حث ميثاق شرف صحيفة الوول ستريت جورنال الصحفيين على ضرورة تحرى الحذر عند جمع المعلومات من مصادرها، وإلي تقديم أنفسهم كمحترفين، أثناء اتصالاتهم الإليكترونية.

ومن ثم، ينبغي أن ينص أية ميثاق أخلاقي للعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء جمع المادة الإعلامية ونشرها، على ضرورة حث الإعلاميين على البحث عن الحقائق، والكفاح من أجل الحصول على المعلومات الصحيحة، ونشرها، والسعي لتحقيق العدالة في تغطيتهم للأحداث، وتحليلها وتفسيرها، وعدم حذف أو إخفاء أية حقائق ذات أهمية من القصة تؤثر على فهم الجماهير لها، وعدم إضافة أية معلومات لا تتعلق بشكل مباشر بالقصة، أو توفير رابط لمواقع تقدم معلومات غير متعلقة بالقصة بشكل مباشر، وعدم استخدام الأساليب التي تؤدي إلى خداع الجماهير وتضليلها، وأن تكون العناوين معبرة عن القصة، مع عرض وجهات النظر المختلفة، وأن يتم الإعلان بصورة صريحة عن طبيعة السياسة التحريرية للمواقع الإعلامية، ومدى ارتباطها بأية اتجاهات سياسية أو ثقافية أو فكرية .كما يجب أن تنص هذه المبادئ والمواثيق على ضرورة الالتزام الأمين بعمليات التناقل الرقمي للمعلومات من مصادرها وحتى متلقيها، وعلى حرية تنقل المعلومات الرقمية وتدفقها دون عوائق، وعلى الحق في المشاركة في هذا التدفق بشكل متوازن، وألا يتم التعدي على حقوق الآخرين، وألا تستخدم هذه الوسائط في تزييف الحقائق أو تصوير الوقائع والشخوص في حالات وأوضاع غير حقيقية، وعلى عدم استغلال إمكانيات التجهيل والتخفي التي تتيحها هذه البيئة الجديدة لإلحاق الضرر بالآخرين، وأن يحرص العاملون في هذه البيئة الجديدة على نَّسبة المعلومات التي يحصلون عليها لمصادرها الأصلية، وعلى تأسيس كيان إعلامي مهني رقمي جديد ومتميز وملتزم، وإبراز مواقعهم الإعلامية بتصميم متميز ولائق، وبأسلوب تصفح سهل وبسيط، والتأكد من نوعية الروابط المستخدمة ومدي موضوعيتها ومصداقيتها.

وفيما يتعلق بأخلاقيات نشر الصور والرسوم: تؤكد التشريعات والمواثيق الإعلامية في البيئة التقليدية على ضرورة تحري الدقة في نشر ومعالجة الصور واختيارها ونشرها في سياقها الملائم، وأن يتطابق كلام الصورة، مع مضمونها، والتأكد من صدق وأصالة الصور والرسوم التي يتم استخدامها، والالتزام بعدم نشر صور أو تفاصيل

تتعلق بحالات معنية مثل المرضي النفسيين، ومدمني المخدرات ، دون موافقتهم أو موافقة عائلاتهم، إلا إذا وجدت مصلحة عامة لنشرها، والتنويه لأية تعديلات يتم إجرائها على الصور، وعدم نشر صور مؤذية أو ضارة بالآخرين، وعدم تشويه الصور الصحفية أو التلاعب في تفاصيلها أو استخدامها بطريقة تؤدي لخداع القارئ، سواء من خلال تغييرها عن طريق المونتاج أو إعادة تركيبها، والامتناع عن نشر صور جنسية، وعدم نشر صور تحمل مشاهد رعب وعنف أو التفاصيل المثيرة لهما، إلا إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك.

وعلى الجانب الآخر، بينما توفر البيئة الرقمية وسائل متقدمة للحصول على الصور وتنظيمها وحفظها واسترجاعها، فإنها توفر وسائل عديدة وسهلة للتلاعب بالصور وبدقتها وبتعديل زواياها وتغيير محتوياتها ونشرها في سياقات متباينة من خلال تغيير الملامح والتفاصيل والحذف والإضافة ، وبشكل يصعب اكتشافه أحيانًا، وبما قد يؤدي لخلق انطباع آخر مختلف تمامًا، كما تؤدي الطبيعة المتسارعة للعمل الإعلامي في هذه البيئة، لعدم تحري الدقة في اختيار الصور ومضمونها، وإجراء العديد من حالات التعديل والتغيير على الصور دون الإشارة إلى ذلك، وهو ما يؤثر على مصداقية الصور، في وقت أصبحت مثل هذه التكنولوجيا ومصادرها في متناول الجميع، (سليمان صالح، 2005) كما تحفل هذه البيئة بمواقع عديدة تنشر صوراً غير لائقة، مما يضاعف من التأثير غير الأخلاقي للتلاعب بالصور.

لكن بالرغم من أهمية هذه المشكلة باعتبارها تشكل تحدياً لوسائل الإعلام القديمة والحديثة، إلا أن المواثيق الأخلاقية للصحافة الإليكترونية أهملت هذه المشكلة تماماً، ولم تحاول أن تقدم أية توجيهات للصحفيين بشأن صياغة معايير خاصة بمعالجة وتغيير الصور والصوت في إطار أخلاقيات العمل الإعلامي حتى الآن. وبينما ثمة اتفاق على السماح بقطع وتغيير حجم الصور وتحرير محتوياتها، ومقتطفات الصوت، لكن على الجانب الآخر، فإن خلق صورة مختلفة تمامًا عن الأصل يعد عملاً غير أخلاقيًا، وإن

كان الأمر لا يزال محل خلاف. وبينما من المسموح به القيام بعمليات معالجة للصور من تحسين جودتها وإضاءتها وإظهار معالمها، ولكن هل من المقبول مثلاً جعل صورة شخصين في مواجهة بعضهما البعض، بينما لم يتقابلا مطلقاً (Palvik,1997)، وإلى أي مدى يحق للصحفي استخدام الصور المنشورة على الإنترنت؟ وهل يلتزم الصحفي بالتنويه للتعديلات التي يجريها على الصور التي يستخدمها؟ وهل من المسموح استخدام كاميرات معينة لمراقبة شخص ما، سواء أكانت الكاميرا موجهة إليه أم لا؟، وهل من حق الصحفي أن يدرج كل فرد موجود في الموقع أو المشهد في تقريره الصحفي، سواء أكانوا جزءاً من القصة أم لا؟ وهل يحتاج الصحفي أو يجب عليه أن يحصل على تصريح من كل فرد يظهر في المشهد؟، وأين حق الأفراد في الخصوصية في عصر التصوير الرقمي؟، وهل سيؤدي استخدام مثل هذه الأدوات إلى التأثير على مصداقية الوسائل الإعلامية في المستقبل بشكل أكبر مما هو واقع حاليًا.

ومن ثم ينبغي أن تنص أية مبادئ ومواثيق أخلاقية للعمل الإعلامي في البيئة الرقمية على ضرورة تحري الدقة في الحصول على الصور، واختيارها ومعالجاتها ونشرها ونِّسبة المادة المصورة لأصحابها، والتنويه لأية تعديلات جوهرية يتم إجراؤها على مكوناتها، عن طريق استخدام أيقونة أو علامة مميزة، وتقصي مصادر الصور ونسبتها إليهم، وعدم نشر صور غير لائقة أو مثيرة، وتحري المصلحة العامة في نشر صور معينة قد تحمل معاني العنف والقسوة والتطرف، وعدم نشر صور لموضوعات وشخوص بدون موافقة أصحابها، وعدم تطويع الإمكانيات التكنولوجية للحصول على الصور ومعالجاتها أو نشرها بطريقة غير شرعية أو غير لائقة، وعدم استخدام الصور لخداع الجماهير ، أو إلحاق الضرر بالأشخاص أو لإعطاء انطباع زائف.

(2) الواجبات الأخلاقية المتعلقة بالمهنة والزملاء

ومن بين الواجبات الملقاة على عاتق الإعلاميين في البيئة الإعلامية التقليدية: ضرورة الدفاع عن حرية الصحافة، وحرية التعبير، وعن كرامة المهنة وسمعتها، وعن

حق الصحافة في جمع المعلومات ونشرها، وحق الصحفيين في النقد والتعليق، ورفض الرقابة، وتشويه الأخبار، وحجبها، وعدم انتهاك مواثيق الشرف الإعلامية، وعدم انتساب الصحفيين لجهة ما، ذات مصالح سياسية أو إيديولوجية أو اقتصادية قد تؤثر على عملهم الصحفي ونزاهتهم واستقلالهم المهنية، والدفاع عن المصالح المشروعة للمهنة، وضرورة الحصول على عضوية الاتحادات والنقابات المهنية، والالتزام بعدم انتحال حقوق الغير والتعدي عليها، عند الاقتباس منهم أو الاستعانة بأعمالهم، واحترام قواعد المنافسة الشريفة بينهم، والامتناع عن القذف والسب في حق زميل من زملاء المهنة أو معاملته باحتقار أو السخرية منه وتنقية صفوف المهنة من الدخلاء، وغير الملتزمين بآدابها، وضرورة الالتزام الكامل بالتضامن والتكافل مع الزملاء، والابتعاد عن القيام بأية عمل يؤدي إلى حرمان زميل من حقه في ممارسة المهنة، وعدم الحصول على ميزة عن غير حق خاصة بزميل، أو حجب أو منع حق مادي أو معنوي له.

كما تنص المواثيق الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي في البيئة التقليدية على مجموعة واجبات تتعلق بقيم النزاهة الشخصية التي يجب أن يتحلي بها الإعلاميون ومن بينها: ضرورة الالتزام بمستوي أخلاقي عال، والامتناع عن كل ما يسئ لمهنتهم، وتسخير العمل الصحفي لخدمة الصالح العام، وليس مصالح شخصية أو لتحقيق منفعة مادية، وعدم قبول أية مكافآت أو هدايا أو رشاوى، وعدم الرضوخ لأي إغراءات قد تؤثر على عملهم، أو تعرضهم لتضارب المصالح بين عملهم الصحفي وعملهم الأخر، أو قد تؤدي بهم إلى تضليل الجمهور، واحترام كرامة البشر وسمعتهم، وممارسة عملهم بأكبر قدر من النزاهة الشخصية، وعدم انتحال موضوعات ومواد وآراء الآخرين، وجمع المعلومات ونشرها بأمانة، ورفض تشويه الأخبار وحجبها، وعدم استغلال الأخبار والمعلومات التي قاموا بجمعها للحصول على مزايا خاصة قبل إطلاع الجمهور عليها.

ويكشف تحليل واقع العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء المهنة وإزاء زملاؤهم، عن جملة مؤشرات منها:

- افتقاد البيئة الإعلامية الإليكترونية لوجود كيانات إعلامية مهنية محددة المعالم، تجمع بين الوسائل الإعلامية والعاملين المنتمين لهذه البيئة، وتساعد في الدفاع عن المهنة وممارسيها، وعن حقوقهم المهنية والسياسية والفكرية والمادية، وكل ما ظهر حتى الآن هو جهات تطوعية وبحثية عنت بعقد مؤتمرات أو صياغة مبادئ أخلاقية عامة، يغلب عليها الطابع التقني والفني أكثر منه الطابع المهني. وقد أدت هذه الأوضاع إلى عدم وضوح صورة مهنة الإعلام في البيئة الإليكترونية وواجبات المنتمين إليها، إزاء ما يتعلق بالمهنة وبالعاملين فيها.

- لا يزال الإعلاميون العاملون في مؤسسات إعلامية تقليدية والتي لها مواقع إليكترونية ينتمون مهنيًا لهذه المؤسسات أكثر من الانتماء للكيانات الإليكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإليكترونية، بالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات والتي من بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإليكتروني، وحق الجميع في ممارسة المهنة الإعلامية الإليكترونية، وعدم احتكار فئة معينة لممارسة المهنة، واحترام قواعد المنافسة الإعلامية الإليكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى، أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تمرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر على مصداقيتها وعلى سير العمل بها، والعمل على صياغة مواثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإليكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية وعدم الربط بمواقعهم، وعدم التعدي على أسماء الحقول الخاصة بالآخرين، أو التمسح بها، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإليكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقاتهم أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم، وعلى تجنب صراع المصالح سواء بين الأعمال الخاصة والعمل الإليكتروني الإعلامي أو بين العمل الإعلامي التقليدي وبين العمل الإعلامي الإليكتروني، وعدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تدشين مواقع إعلامية خاصة.

- بينما قللت طبيعة البيئة الإليكترونية من أهمية المناداة ببعض الواجبات مثل حرية الإعلام والتعبير، ورفض الرقابة، لضمان توافرها في هذه البيئة ، إلا أنها زادت من أهمية المناداة بواجبات أخري، مثل مطالبة الإعلاميين بعدم التعدي على حقوق الآخرين، وحماية الخصوصية، واحترام حق الرد والتصحيح، بحكم مساهمة هذه البيئة في زيادة تأثيراتها الأخلاقية.
- أدى غياب مواثيق الشرف المتعلقة بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية وقلة عدد المؤسسات الإعلامية التي صاغت مواثيق خاصة بها ، إلى عدم وضوح طبيعة الواجبات الملقاة على عاتق الإعلاميين في هذه البيئة وخاصة فيما يتعلق بالمهنة وبالزملاء الآخرين، مع وجود خليط من الإعلاميين بعضهم لا يدرك طبيعة الواجبات والالتزامات المهنية والشخصية التي تلقيها ممارسة المهنة على عاتقهم ..الخ
- تركز معظم المواقع الإخبارية والإعلامية في البيئة الإليكترونية على مخاطبة الآخرين، أكثر من مخاطبة الإعلاميين العاملين بها، فهي غالبًا ما تهتم بطرح ما يعرف ببيان الخصوصية والمتعلق بحق الجمهور في حماية خصوصيته على الموقع، وكذا بنشر ما يعرف بشروط استخدام الموقع، ولكنها لا تُضمن غالبًا في خانة التعريف بهويتها ما يتعلق بطبيعة التزاماتها المهنية، وممارساتها في البيئة الإليكترونية.
- لم تجر حتى الآن دراسات كافية عن خصائص الصحفيين العاملين في البيئة الإليكترونية، وخاصة فيما يتعلق بتصوراتهم لأدوارهم وسماتهم الشخصية والمهنية، وبما يسمح بتقييم مدى التزاماتهم الأخلاقية إزاء معايير النزاهة الشخصية، لكن ثمة مؤشرات تؤكد على أن السمات الخاصة بالبيئة الإعلامية الإليكترونية من تفاعلية وتجهيل وتخفي وتواصل اليكتروني تؤثر على الأخلاقيات الشخصية للإعلاميين ، وقد تشجع البعض منهم على الاستفادة من هذه السمات في القيام بممارسات غير أخلاقية، وتطويع العمل الإعلامي الإليكتروني لخدمة أغراض ومصالح شخصية.

(3) واجبات والتزامات الإعلاميين إزاء مصادرهم:

من بين المبادئ الأخلاقية الأساسية التي يجب أن يحرص عليها الصحفيون فيما يتعلق بعلاقتهم بالمصادر، الالتزام بمبدأ حماية سرية المصادر، وعدم الكشف عن أسماء مصادر معلوماتهم، ورفض أي ضغوط لإفشائها، إلا في حالات معينة، والالتزام بالأمانة الصحفية، وعدم الحصول على وثائق أو صور إلا بعد موافقة المصدر، ويستثني من ذلك مقتضيات المصلحة العامة، وعدم استغلال معلومات المصدر أو تعريضه لمواقف محرجة أو مؤذية، والالتزام بحق المصدر في التصريح بمعلومات خلفية للصحفي، (أي معلومات ليست للنشر)، واحترام توقيت الإعلان عن بيانات وتصريحات صحفية خاصة بالمصدر، والتعامل النقدي مع تصريحاتها ، والالتزام بنسبة الأقوال والتصريحات إلى مصادرها الحقيقيين، وعدم نسبة أقوال أو أفعال إلى أي شخص أو جهة بدون التأكد من مصدرها، وتوخي الحذر عند استخدام المصادر المجهلة، كما تلزم هذه المبادئ الصحفيين بضرورة التعريف بأنفسهم ووظائفهم أمام مصادرهم، وتنبيههم لما سيتم نشره من أقوالهم، واحترام الحريات الخاصة للمواطنين في عدم التصريح للصحافة، فضلاً عن ضرورة الالتزام بحق المصدر في معرفة كيفية توظيف تصريحاته، وعدم القيام بأية محاولة للوصول إلى سجلات سرية، رأى المصدر عدم الإفصاح عنها، أو محاولة التسجيل مع المصدر بدون موافقته، وعدم الحصول على المعلومات بالتهديد، وعدم الإصرار على الحصول على المعلومات من المصدر إذا ما تم رفض طلبه من قبل، وعدم الحصول على صور بطرق خداعية من المصدر، وعدم اللجوء إلى الوسائل غير المشروعة كسرقة الوثائق والمستندات أو التنكر في شخصية أخري غير شخصيتهم لخداع المصادر.كما ينبغي أن يلتزم الصحفيون بأخلاقيات المهنة في التعامل مع الجمهور كمصادر، من حيث عدم استغلالهم أو تخويفهم أو تهديدهم، وتنبيههم لما سينشر من آرائهم، وطبيعة التأثير الذي يمكن أن تحدثه.

ويكشف تحليل الممارسات المهنية لعلاقة الصحفي بالمصدر في البيئة الإليكترونية عن عدة مؤشرات منها:

- تساعد البيئة الإليكترونية الإعلاميين على تقصي مفردات مادتهم الصحفية من مصادر متعددة، وبسرعة أكبر مما يحدث في البيئة التقليدية، وذلك باستخدام الوسائل الرقمية في التواصل مع المصادر، سواء عبر قواعد بيانات أو بروتوكولات خاصة أو بالبريد الإليكتروني أو قوائم بريدية أو بغيرها، وقد يتم هذا التواصل بشكل تزامني أو لا تزامني، وقد يتشارك في هذا التواصل عدة أطراف معًا سواء أكانوا إعلاميين أو مصادر.كما تغيرت طبيعة العلاقة بين المصدر والصحفي، بحيث أصبحت غالبًا ما تتم بشكل لا مواجهي، وهو ما أوجد نماذج وأنماط جديدة من العلاقات بين المصدر والإعلامي، تقوم على انتفاع كليهما بالمعلومات والأخبار وتوظيفها لخدمة مصالحه، مع تقلص وتراجع دور العوامل الشخصية في هذه العلاقة.
- قللت البيئة الإليكترونية من أهمية العلاقة بين الصحفيين والمصادر عما هي عليه في البيئة التقليدية، نظرًا لتعدد المصادر وتنوعها وثرائها، ولتراجع ظاهرة احتكار مصادر معينة لمعلومات معينة، وصعوبة تذكر القراء لمصدر معين عن غيره، فضلاً عن أن هذه البيئة أوجدت مناخًا أسرع لنشر الشائعات والأخبار غير الصحيحة، حيث جعلتها أشبه بالأخبار، وهو ما ينعكس أثره على سمعة الوسائل الإعلامية وعلى سمعة المصادر الصحفية أيضًا، ويؤدي للتقليل من أهمية الدور التقليدي للمصدر في العمل الإعلامي (Sundar,1998).
- بينما توفر البيئة الإعلامية الإليكترونية آليات عديدة أمام الإعلاميين لملاحقة مصادرهم وخاصة عبر بريدهم الإليكتروني، فإن ذات الوسائل تتوافر للمصدر أيضًا، لتجنب مثل هذه الملاحقات. ولكن من ناحية أخري، توفر هذه البيئة وسائل أكثر للصحفيين للاقتباس والحصول على آراء ومعلومات المصادر بدون الرجوع إليهم واستئذانهم، وخاصة إذا تمت هذه الاتصالات بشكل خفي ومجهل،

إذ قد يحمل كل من المصدر والإعلامي هوية مزيفة أثناء اتصالاتهم الإليكترونية، وهو ما قد يكون له تبعات جسيمة على أخلاقيات العمل الإعلامي.

- بينما يصعب في البيئة التقليدية معرفة هوية المصدر في حالة رفض الصحفي الإفصاح عنها، بيد إنه يمكن تتبع هذه الهوية بشكل إليكتروني، وتعقب الاتصالات التي تمت بين الصحفي والمصدر في البيئة الإليكترونية، وهو ما يعني إمكانية الكشف عن هوية المصدر، وهو أمر يمثل خطورة كبيرة على طبيعة سرية العلاقة القائمة بينهما، وقد يجعل بعض المصادر تتردد في إجراء اتصالاتهم بشكل إليكتروني مع الإعلاميين، وهو ما يؤثر على حق الجماهير في المعرفة وعلى حرية العمل الإعلامي ذاته، إذ بينما كان يصعب على الجهات المسئولة والرقابية معرفة ورصد اتصالات الإعلاميين بمصادرهم في البيئة التقليدية، فإن الأمر ليس بهذا الصعوبة في البيئة الإليكترونية، حيث يمكن تعقب هذه الاتصالات ومعرفة تواريخها وتوقيتاتها بل وطبيعة المضمون الذي كانت تدور حوله.

- تسير المواثيق الخاصة بالصحافة الإليكترونية والإنترنت على نهج البيئة التقليدية من حيث التأكيد على أهمية حماية أسرار المصادر، فعلى سبيل المثال دعا ميثاق (ACM) (رابطة المهنيين في مجال الكمبيوتر) إلى ضرورة التزام أعضائه باحترام سر المهنة، وعدم الكشف عن مصادر المعلومات، أو المعلومات التي تطلب المصادر عدم الكشف عنها، وإلى التعامل بأمانة وشرف وموضوعية مع المصادر، وبالتعهد بالإعلان عن هويتهم، وعدم إخفاء صفاتهم عن المصادر، خاصة عندما يتم الاتصال عبر أجهزة الكمبيوتر، و بعدم خداع المصادر، وبعدم الكشف عنهم أو بإعلان أية معلومات يمكن أن تؤدي إلى الكشف عنهم، وبعدم الكشف عن عناوين البريد الإليكتروني لمصادرهم، أو أية معلومات تتعلق بهم عبر أجهزة الكمبيوتر، وبعدم نشر المعلومات التي تطلب المصادر عدم نشرها، وأن يستندون فيما ينشرونه على مصادر متعددة للتأكد من صحة معلوماتهم .

(4) الأخلاقيات المهنية المتعلقة بنشر الإعلان في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية:

تنص الأخلاقيات المهنية المتعلقة بنشر الإعلان على ضرورة تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية، حماية للجمهور من الخداع والتضليل، ولمنع تأثير الإعلان على استقلالية العمل الصحفي ونزاهته، وعلى الحقائق والمعلومات المتضمنة في المادة الإعلامية، كما تحذر من القبول أو الخضوع لشروط المعلنين والجهات ذات المصالح التجارية، ومن تشويه أو حجب الأخبار تحت تأثير الإعلان أو نشر حقائق مضللة، وتدعو إلى الامتناع عن الإعلان عن السلع الضارة، أو التي يختلف حولها الآراء، أو تحوم حولها الشبهات وتحديد مساحة معينة للمادة الإعلانية في الصحيفة، ووضع توجيهات خاصة بمضمون الإعلانات، وأن تكون متفقة مع القيم والمبادئ العامة للمجتمع ورسالة الصحافة، وتجنب محاباة سلعة دون أخري، وعدم عرض أي علامة تجارية لمنتج ضمن الأشكال التحريرية إلا إذا كانت مبررة وذات صلة بالموضوع، وإبراز عبارة إعلان بوضوح، والحرص على دقة المعلومات الواردة في الإعلانات، وعلى عدم تضمنه لعناصر أو عبارات خارجة.كما تنص على ضرورة تمييز الصحفيين بين عملهم الصحفي وبين العمل الإعلاني، وعدم امتهان المحرر لمهنة الإعلان، أو السعي للحصول على تمويل من الجهات التي يقوم بتغطية أخبارها، وعدم التوقيع باسمه على المواد الإعلانية ، وعدم القيام بتحرير المادة الإعلانية، أو الحصول على مكافآت أو مزايا عن مراجعة أو تحرير أو نشر الإعلانات، و عدم إعطاء وعود بالحصول على أفضلية تحريرية مقابل الحصول على الإعلانات، أو قبول أية شروط للمعلنين من أجل الحصول على إعلانات.

ويكشف واقع الممارسات الإعلامية في البيئة التقليدية، عن حالات انتهاك كثيرة لهذه الضوابط، بحيث أصبحت المادة التحريرية تختلط بالإعلانية، ولا يتم تمييز المادة الإعلانية عن غيرها بشكل واضح، وعن ممارسة بعض الإعلاميين للعمل الإعلاني بالإضافة

لعملهم الإعلامي، وخضوع العديد من المؤسسات الإعلامية للضغوط التجارية وضغوط المعلنين، وهو ما يؤثر على ما ينشر وما لا ينشر، وكذا على طريقة العرض.

أما عن أخلاقيات العمل الإعلامي والمتصلة بالإعلان في البيئة الإليكترونية، فيمكن رصد المؤشرات التالية:

- غياب الضوابط الأخلاقية التي تنظم العمل الإعلاني على المواقع الإعلامية الإليكترونية من جهة، وعدم وضوح الصورة أمام العاملين في البيئة الإليكترونية عن سبل وطرق التعامل مع المادة الإعلانية، وصعوبة التمييز بين المحتوي الإعلاني والتحريري، فلا توجد حتى الآن معايير وضوابط واضحة لكيفية استخدام ونشر الإعلان على المواقع الإعلامية الإليكترونية.
- تميل معظم هذه المؤسسات الإعلامية الإليكترونية إلى تعويض خدماتها الإعلامية المجانية من خلال الإعلانات، وإن لم يتطور العمل الإعلاني على الإنترنت مثلما هو سائد في البيئة الإعلامية التقليدية، بيد أن كل المؤشرات تشير إلى استغلال المعلنين للسمات التكنولوجية والتفاعلية التي توفرها هذه البيئة، من أجل التأثير على المستخدمين، الذين هم الهدف الأساسي لهم، فمثلاً تغمر بعض المواقع مستخدميها بإعلانات كثيرة بمجرد الدخول إليها، حتى إنه يصعب التخلص من بعضها بسهولة، والبعض الأخر منها يتطلب استخدام برامج متخصصة لمنع تطفلها على مساحة القراءة المسموح بها للمستخدم، وهو ما يعد عملاً غير مقبول من النواحي الأخلاقية، كما يؤدي اختلاف طبيعة عرض المادة الإعلانية في البيئة الإليكترونية عما سواها في الوسائل التقليدية وخاصة في المواقع الديناميكية والتفاعلية، والتي تتغير فيها المادة الإعلانية مع كل ضغطة أو تنقل من صفحة لأخرى داخل الموقع، إلى إرباك المستخدم عند عودته لتصفح الموقع. كما قد يؤدي توظيف هذه المواقع للتقنيات الحديثة في مجال الإعلان إلى نشر الثقافة الاستهلاكية بصورة أكبر عما واقع في البيئة التقليدية (Deuze/Yeshua, 2000).

- أشارت بعض الدراسات إلى أن الكثير من المواقع الإخبارية لا تلتزم بالفصل بين التحرير والإعلان، وإلى أن 64٪ من محرري الصحف الإليكترونية يفسرون أسباب تدخل الإعلان في العمل الإعلامي، باعتباره يمثل المصدر الرئيسي لأرباح صحفهم، وأقروا بقيامهم بكتابة الإعلانات وتحريرها وتصميمها، بالإضافة إلى عملهم كمحررين، وخاصة العاملين منهم في المجال الفني، والذي يتداخل بشدة مع العمل التحريري في هذه البيئة، كما أظهر مسحE&P أن 84٪ من المواقع الإخبارية يستخدمون فريق العمل لديهم لإنتاج بانرات إعلانية للمعلنين.
- تطلب عدة مؤسسات إخبارية من مستخدميها ملء طلب اشتراك قبل الإطلاع على محتوياتها، وهو ما قد يستغله بعضها في أعمال تجارية، كبيع المعلومات الخاصة بالقراء لطرف ثالث، أو استخدامها كوسيلة لإرسال رسائل إليكترونية أو لبث مواد إعلانية تتفق مع اهتمامات وسمات قرائهم الديموجرافية، أو نشر مواد إعلانية مصاحبة للمواد التحريرية بشكل ديناميكي بمجرد البحث عن موضوعات معينة. وتعد المتاجرة بالبيانات الشخصية للقراء وعناوين بريدهم الإليكتروني، عملاً غير أخلاقي، ويشكل نوعاً من الخداع للجماهير ، وخطراً على استقلالية الصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى، وعلى دخلها لأنه يؤدي على المدى البعيد إلى استغناء المعلنين عن نشر إعلاناتهم فيها ، والاكتفاء بإرسال إعلاناتهم بشكل مباشر إلى القراء باستخدام قوائم البريد الإليكتروني.

تعاني المواقع الإعلامية الإليكترونية من الضغوط التجارية مثلها مثل الوسائل الإعلانية العاملة في البيئة التقليدية، حيث يشترط المعلنون ضرورة وضع إعلاناتهم بطرق معينة، من بينها استخدام البانرات الإعلانية الخاصة، ووضعها في قمة المواقع، ولكنها قد تؤدي إلى حدوث تشويش لدي المستخدمين حول طبيعتها، فهل هي جزء من مضمون الموقع أم تنتمي لمواقع تجارية؟ وهل هي تحريرية أم إعلانية؟ (Williams, 1997)، (Mann, 1998)، فبعض المواقع التي تنشر عروضًا لكتب مثلاً أو تعرض

لموضوعات سياحية أو غيرها، تحصل على مقابل مادي من دور النشر وشركات السياحة وغيرها، وهو ما قد يؤثر على مصداقيتها، بل وتستغل بعض المواقع المضمون التحريري الذي تنشره لجلب دخل إعلاني لها، من خلال الروابط التي توفرها ضمن هذا المضمون والخاصة بأعمال تجارية (Welch, 1999). كما تؤثر علاقة الشراكة التي تربط بين المواقع الإعلامية والتجارية على المحتوى التحريري للمواقع الإخبارية، إذ إنه بمقتضى هذه العلاقة ترعي بعض الشركات التجارية وأصحاب الأعمال، مواقع إخبارية، في مقابل نشر إعلانات متنوعة عنها، وهو ما قد يؤثر على المحتوي التحريري لهذه المواقع، ولكن هل من اللائق السماح للمعلنين برعاية المحتوي التحريري؟ وهل يجوز أن تتلقي مؤسسة إعلامية خصمًا أو فائدة نظير توفير رابط لبعض المواقع التجارية على صفحاتها؟، وهل من الجائز مثلاً أن تبطئ المواقع الإعلامية من تصفح القراء لمواقعها مقابل أن تقدم عرضًا تجاريًا لشركة كمبيوتر، تعلن فيها عن إمكانية زيادة سرعة التصفح في حال تم ترقية جهاز المستخدم إلى النسخة التي يعرضها الإعلان، مثلما حصل مع شركة إنتل وبعض المواقع الإعلامية الأخرى؟. من المؤكد أن هذه الأعمال غير مقبولة أخلاقياً، باعتبار إنها لا تميز بوضوح بين الإعلان والمادة التحريرية، ولا تكشف للقارئ عن طبيعة تدخل المعلن في العمل الإعلامي. وهو ما يثير التساؤلات حول مصير الفصل المقدس بين الإعلان والتحرير، وهل ستتآكل مصداقية المادة التحريرية أكثر في المستقبل، في المؤسسات الإخبارية العاملة في البيئة الإليكترونية، وخاصة مع التطور في التجارة الإليكترونية، وقلة دخل وسائل الإعلام التقليدية، وتراجع توزيعها، والتقدم التقني في مجال الإعلان التجاري..

عكست معالجة المواثيق الأخلاقية أهمية وخطورة مشكلة الفصل بين التحرير والإعلان ومن بينها ميثاق الجمعية الأمريكية لمحرري المجلات (The American Society of Magazine Editors Guidelines) (ASME)، والذي يدعو المواقع الإليكترونية لتعريف نفسها للقارئ، وإظهار أسمها وشعارها، للتأكيد على سيطرتها على مضمون الموقع، وأن تستخدم كل الأساليب (الكلمات والتصميم والمكان) للتمييز بين المضمون

التحريري والمضمون الإعلاني، في كل صفحات الموقع، ووضع لافتة محددة لتمييز كل الملاحق الإعلانية أو المواد الإعلانية التي تصطبغ بصبغة تحريرية، وأن تمتنع عن كل ما يعطي للقراء الانطباع بأن المواد التحريرية قد تأثرت بالإعلانات، أو أن ضغط المعلنين قد أدى إلى تحوير هذه المواد التحريرية، وعدم السماح للمحررين بالمساهمة في إنتاج المضمون الإعلاني، وعدم وضع وصلات تشعبية لإعلان ضمن المادة التحريرية، أو في فهرس أو دليل المحتويات أو في أي قائمة تتضمن مواد تحريرية. وفي حالة الأقسام الإعلانية الخاصة والحالات التي يمكن أن يعتقد فيها المتلقي أن المادة تحريرية، فلابد أن يحمل الإعلان وبشكل واضح لافتة (قسم إعلاني خاص) (Special Advertising Section) أو إعلان من شركة (يحدد اسم الشركة) بشكل دائم في أعلى كل صفحة أو جزء من المادة ، وبشكل واضح وبالبنط الذي تكتب به المادة مع عدم استخدام كلمة إعلان تحريري (Advertorial)، كما يجب أن تخضع الروابط التشعبية التي تظهر في المضمون التحريري للموقع لسيطرة المحررين، وألا تتاجر بالروابط الملحقة بمضمونها، وألا توفر آلات البحث (Search Engines) الموجودة فيها عمليات نقل تفضيلية للمواقع الإعلانية، وألا يكون هناك حضور مكثف لموقع المعلن أو أي ربط يشكل خداعاً للمتلقي أو يقلل من ثقته في الصحيفة، ويمكن الإشارة إلى القسم الإعلاني الخاص (Advertorial) خارج المساحات التحريرية، على أن يتم إظهاره بتصميم مختلف عن تصميم المواد التحريرية للموقع، كما يجب العمل على حماية المحتوي التحريري وخصوصية المستخدم من أي تطفل، وإبلاغ المستخدمين في حال انتقال المعلومات الخاصة بهم إلى طرف ثالث، وألا تقوم الوسائط التكنولوجية الجديدة بتعمية الفواصل بين المحتوي التحريري والمحتوي مدفوع الأجر، وأن يتم تحديد كل مصادر المواد المنشورة بما فيها الملاحق الإعلانية، وألا تؤثر علاقة الشراكة على بين الموقع وشركات تجارية أخري على نزاهته الإعلامية.

ويوصي إعلان معهد بوينتر بحماية حق الجماهير في الحصول على مضمون تحريري مستقل، وبمساعدته في التفرقة بينه وبين الإعلانات، والتمييز بين المواد التي يتم صياغتها وتحريرها طبقاً للقواعد الصحفية المتعارف عليها، وبين المضمون المدفوع،

ويؤكد المعهد على إنه لكي تحافظ الصحيفة الإليكترونية على مصداقيتها لابد أن تكون روابطها واضحة، وأن يتم تعريفها كمواقع تحريرية أم تجارية؟، وأن تكشف بوضوح عما إذا كانت قد حصلت على أموال مقابل وضعها للروابط على موقعها؟

ومن ثم ينبغي عند صياغة مواثيق أخلاقية للعمل الإعلامي فيما يتعلق بعلاقته بالإعلان، ضرورة التأكيد على استقلالية المواقع الإعلامية من ضغوط المعلنين، ومن تأثير علاقة الشراكة بالمؤسسات التجارية والتقنية، والفصل بشكل كامل بين المادة التحريرية والإعلانية، وعدم قيام الصحفيين بالعمل في مجال الإعلانات سواء في الحصول عليها من المعلنين أو تحريرها أو تصميمها، أو إنتاجها، وعدم توفير روابط داخل المادة التحريرية للإعلانات أو لمواقع الشركات، أو لعروض تجارية، و في حالة نشر أقسام إعلانية خاصة، فلابد من إنتاجها وتصميمها بطريقة تسمح للمتلقي بتمييزها، مع الحرص على سيطرة الصحفيين على الروابط داخل المضمون التحريري، وعدم بيعها، أو استغلالها في عمليات تجارية .

(5) الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية للإعلاميين في البيئة الإليكترونية

تنص مواثيق الشرف الإعلامية في البيئة التقليدية على جملة من الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية المفروضة على الإعلاميين من بينها: ضرورة التصرف بشكل مسئول اجتماعيًا، واحترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، وحماية الصالح العام وتجنب نشر الشائعات أو أية مواد تدعو أو تشجع على ارتكاب الفحشاء وإشاعة الانحلال والابتذال والخروج عن الآداب العامة، وعدم ممارسة التمييز أو التفرقة أو التحريض، وضرورة الالتزام بحق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات كاملة، وصحيحة وموضوعية وعادلة ومتوازنة ، وعدم نشر ما يعد انتهاكا للأديان أو ما يثير النعرات العنصرية أو الطائفية، وعدم التحريض على عدم الانقياد للقانون، وعدم نشر الأخبار التي تعرض أمن وسلامة الدولة إلى الخطر، واحترام قرارات حظر النشر، والدفاع عن حرية التعبير، والحريات المدنية، واحترام مبادئ التعاون بين الشعوب، والعدالة والسلام

والتفاهم الدولي، واحترام قيم الجمهور ومعتقداتهم وكرامتهم، وعدم تخويفهم أو تهديدهم أو استغلالهم وحمايتهم من البيانات والمعلومات المضللة، والحرص على عدم إساءة استغلال ثقة الجمهور في الصحافة واحترام حق كل إنسان في أن يكون له اعتباره وكرامته بين الآخرين، وعدم نشر ما يتعلق بأسرار الحياة الخاصة والعائلية للأفراد.

ورغم أن نشر الجريمة وأخبار المحاكم يعد حقًا مشروعًا للصحافة، فإن هناك حالات يكون فيها من مصلحة المجتمع عدم النشر، وهي نشر أخبار التحقيقات التي حظرت سلطة التحقيق نشرها مراعاة للنظام العام والآداب، والالتزام بمبدأ أن المتهم برئ حتى تثبت إدانته، وعدم توجيه اتهامات بدون دليل، وعدم القذف أو السب أو التشهير في حق الآخرين، وعدم تحسين الجريمة والتطرف والعنف، وعدم التعليق على القضايا المنظورة أمام القضاء، والحرص على استقلالية القضاء والعدالة، والالتزام بنشر الأحكام النهائية للقضايا، وأن يتم تغطية إجراءات المحاكمة بموضوعية، وعدم تحديد اسم أو هوية المتهم، إلا إذا كانت هناك مصلحة عامة، وفي حالات معينة، وعدم تصوير الحالات الفردية الشاذة على أنها ظواهر اجتماعية، وعدم نشر المضامين المنطوية على أعمال وحشية أو عدوانية أو عنف جسدي أو تعذيب جنسي، والكشف عن المعلومات التي تحمي المجتمع من الانحراف والفساد.

ويكشف تحليل المواثيق والممارسات الإعلامية للالتزامات والمسئوليات الاجتماعية للإعلاميين في البيئة الإليكترونية عن عدة مؤشرات من بينها:

- تساعد المواقع الإعلامية الإليكترونية في تحقيق الكثير من المسئوليات الاجتماعية المناطة بالإعلاميين، والتي من بينها ضرورة نشر المعلومات والأخبار، وتوفير العديد من مصادر المعرفة، والتنويع بين مصادر المعلومات والآراء، وتقديم تغطية شاملة ومتنوعة ومتعمقة للأحداث وذلك بفعل ما تتمتع به مزايا وإمكانيات، بيد أن ثمة عوامل عديدة تقلل من اضطلاع هؤلاء الإعلاميين بمسئولياتهم تجاه حق الجمهور في المعرفة من بينها الفجوة الرقمية التي تعيق الكثير من أفراد الجمهور من التواصل

معهم، وتقييد حقهم في المعرفة بمدي القدرة المادية للمستخدمين، وحجب حقهم في الوصول للكثير من المعلومات تحت مزاعم كثيرة :تجارية وسياسية وفنية.

- انعكس ما تتميز به البيئة الإعلامية الإليكترونية من تفاعلية وتحرر من قيود المساحة والتعبير وغيرها، علي قدرة الإعلاميين في الاضطلاع بمسئولياتهم الاجتماعية، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، فمن ناحية دعمت مشاركة الجماهير في الحوار والنقاش، وسمحت للكثير من الفئات المحرومة والمقهورة من التعبير عن آرائها وأفكارها، وساعدت الكثير منهم في الحصول علي منابر إعلامية للتعبير عن أنفسهم وقضاياهم.. الخ بيد أنها دعمت ثقافة الكراهية والنزاع والتطرف والتميز والتحريض وغيرها من الممارسات الأخلاقية غير السوية، وهو أمر ينعكس أثره بشكل أو بأخر علي أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية. وإن اتفقت المواثيق الأخلاقية الإليكترونية، علي مبدأ منع الضرر، وعلي دعوة الإعلاميين للتحكم في المواد الضارة، ومنع نشرها، وتحذير الجمهور من المواقع التي يمكن أن تتضمن مواد مسيئة أو ضارة، والعمل علي تشكيل معايير محددة للغة الحوار التي يجب أن تسود في الأشكال التفاعلية التي تستعين بها هذه المواقع، علي أن هذه المعايير معروفة للمستخدمين، وأن تكون قابلة للتطبيق .

- تساعد البيئة الإليكترونية علي دعم ثقافة التعبير والنشر الذاتي لدي فئات متنوعة من الأفراد والجمهور عن آرائهم وأخبارهم، وهو ما أفرز ما يعرف بصحافة المواطنين من جهة، وكذلك تدعيم دور الإعلاميين إزاء الدفاع عن مصالح وحقوق وهوية مجتمعاتهم المحلية من جهة أخري. لكنها أوجدت إشكاليات من نوع جديد أمام الإعلاميين بخصوص طبيعة ونوعية الجماهير الملتزمين إزائهم، هل هم جماهير محليين أم جماهير يعيشون في أماكن أخري؟ وطبيعة القيم والمعايير والآداب التي يجب أن يلتزموا بها؟ وما هي المعايير التي يمكن استخدامها في اختيار موضوعات معينة دون غيرها؟ وإلي أي مدي تتناسب مع جماهير معينة دون

سواهم؟.وما هو طبيعة الدور المناط بالإعلاميين إزاء الآراء والمعلومات والأخبار التي يطرحها الجمهور؟، وكيفية التحكم فيها، في ظل توافر إمكانية النشر الذاتي، وما هي حدود المسموح به وغير المسموح في التعامل مع آراء الجمهور؟

- بينما تعمل وسائل الإعلام منفصلة عن بعضها في البيئة التقليدية، وهو ما يعني عدم تأثرها بالأعمال غير الأخلاقية التي قد ترتكبها وسائل إعلام أخري، بيد أنها تعمل وتندمج مع هذه الوسائل في البيئة الإليكترونية، وبشكل يصعب أحيانًا التفرقة بينهم، وبينما قد يلتزم البعض منهم بالمعايير الأخلاقية ، فإن البعض الأخر قد لا يلتزم، وهو أمر يعكس تأثيراته بشكل أو أخر على أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، وعلى كيفية اضطلاع الإعلاميين بمسئولياتهم إزاء احترام الآداب والأخلاقيات العامة، وعلى صورة البيئة الإليكترونية بصفة عامة، وعلى ما يتواجد بها من وسائل إعلامية، ومن ثم على مدى التزام هؤلاء الإعلاميين بواجباتهم الاجتماعية.

- أفرزت البيئة الإليكترونية أشكالاً تفاعلية متنوعة تسمح بالحوار وتبادل الآراء بين المعنيين بها، بيد أن واقع الحال يكشف عن تردي لغة الحوار في العديد من المنتديات والمواقع الإخبارية وحجرات الدردشة التي تعمل فيها، وعلى احتوائها على العديد من الممارسات غير الأخلاقية غير المقبولة، في وقت لا تزال فيه التشريعات القانونية الخاصة بجرائم التحريض والسب والقذف ونشر الشائعات غير محددة المعالم، وهو أمر يلقي بالمزيد من الأعباء على الإعلاميين العاملين بها والمتعلقة بكيفية ضبط لغة الحوار الدائر في مواقعهم، ومنع المهاترات والمشاحنات والسب والقذف وغيرها من الممارسات غير الأخلاقية.

من بين سمات أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية والتي تختلف عن البيئة التقليدية، هي مشاركة الجمهور (المستخدمين) في ضمان الحفاظ على أخلاقيات هذه البيئة، ومن بين الوسائل المتبعة في ذلك ما يعرف باتفاقية استخدام الموقع، التي يجب أن

يوقعها المستخدم عليها قبل تصفحه له، فيما يعرف بشروط الاستخدام، فمثلاً تنص هذه الشروط ضمن موقع قناة الجزيرة نت على أن مجرد استخدام الموقع يعتبر قبولاً بشروطه، وأن هذا الاستخدام ينبغي أن يكون فقط لأغراض مشروعة، مع الامتناع عن إرسال أو بث أي مادة من خلال الموقع يكون من شأنها أن تخل أو تتعدى على حقوق الآخرين أو تحد من أو تمنع استخدامهم لهذا الموقع، أو تنطوي على أمر غير مشروع، أو على تهديد أو إساءة أو قذف، أو تعدى على خصوصية الآخرين، أو حقوق النشر الخاصة بالغير، أو على ألفاظ فاحشة، أو تسيء إلى الأديان والمقدسات أو تنتهك حرمتها، أو تكون لأي سبب آخر غير مقبولة، أو يكون من شأنها أن تشجع على ارتكاب جريمة أو تنطوي على مخالفة يترتب عليها مسؤولية مدنية أو تكون فيها مخالفة لأي قانون. كما تنص الاتفاقية على إنه لا يجوز نسخ المادة الموجودة في هذا الموقع أو إعادة إنتاجها أو نشرها أو إذاعتها بأي طريقة إلا لأغراض الاستعمال الشخصي غير التجاري، كما لا يجوز تعديل المادة الموجودة في هذا الموقع أو تحويرها أو اقتباسها لخلق عمل جديد أو استخدامها لأي غرض بخلاف الاستعمال الشخصي غير التجاري . كما تنص الاتفاقية على تحمل المستخدم صراحة مسئولية استخدامه للموقع، وتحمله جميع المخاطر المترتبة على ذلك.

بالرغم من الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية الجديدة المناطة بالإعلاميين العاملين في البيئة الإليكترونية، وبالرغم من عدم وجود أجوبة قطعية بعد على العديد من التساؤلات التي تثار حول هذه المسئوليات الجديدة، إلا إنه ينبغي أن ينص أي ميثاق أخلاقي للعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية على ضرورة الوفاء بحق الجماهير في المعرفة، وعلى تقديم تغطية شاملة ومتعمقة وموضوعية ومتكاملة للأحداث، بالاعتماد على مصادر متعددة ومتنوعة، مع الحرص على التأكد من المعلومات والمصادر، والتعهد بعدم الربط بأية مصادر أو مواقع تقدم معلومات تنقصها الدقة والمصداقية، والتعهد بتحمل مسئولية كل ما يتم نشره من معلومات وروابط، مع إتاحة الفرصة للجماهير من أجل عرض وجهات نظرها، والالتزام بعدم إلحاق الضرر والأذى

بالآخرين وبمشاعرهم، واحترام كرامة الإنسان وحماية سمعته، وعدم نشر ما يشكل إساءة للذوق العام، وعدم نشر مواد إباحية، وعدم نشر أية مواد يمكن أن تضر بالعلاقات الأسرية، وعدم السخرية من أي فرد أو جماعة، وعدم ارتكاب جرائم سب أو قذف في حق الآخرين، وإدارة المناقشة الحرة حول القضايا والأحداث، واحترام التنوع في الآراء دون تمييز، وتوفير مجال للمناقشة المفتوحة لأية قضية دون فرض قيود، وعدم التصوير النمطي للشعوب أو الأقليات أو إثارة الكراهية ضدها أو الخوف منها، وتوفير المعرفة الكاملة للجماهير عن الشعوب والاتجاهات السياسية والفكرية والأقليات، ورفض الاعتراف بتميز بعض الشعوب والألوان، أو إثارة الاحتقار ضد الملونين، أو الأجناس الأخرى، مع الالتزام بعدم الإضرار بالمصالح العليا للدولة، وعدم نشر ما يمكن أن يلحق ضرراً حقيقياً بالأمن القومي، والدفاع عن هوية المجتمع وذاتيته الثقافية، واستقلاله.

(6) واجبات الإعلاميين إزاء حق الرد والتصحيح في البيئة التقليدية والإليكترونية:

من بين الأخلاقيات المهنية الواجبة على الصحفيين، احترام الحق في التصحيح والرد على ما تنشره الصحف، باعتباره دفاعًا شرعيًا ضد المادة المنشورة بالصحيفة، والتي قد تفتقر إلى الصحة، أو تحتاج إلى توضيح أو إضافة أو تعليق على رأي . ويلزم للوفاء به، نشر الردود والتصحيح في أسرع وقت ممكن، لتلافي أي ضرر يكون قد حدث، وإبراز الرد في مساحة ومكان مناسب من الصحيفة، مع ضرورة ألا يتم تغيير المعالم الرئيسية للرد، وأن يتم ذلك بدون تحيز أو قيود، ومنح فرص متساوية وعادلة لكل الأفراد والمؤسسات في الانتفاع بحق الرد.

بيد أن حق الرد والتصحيح أصبح يتخذ أشكالاً جديدة بفعل التطور التكنولوجي، بعضها ايجابي وبعضها سلبي، ومن بين الايجابيات زيادة فرص نشر الردود بحكم لا محدودية المساحة المتوافرة على الإنترنت، وإمكانية نشر الردود بشكل فوري وبطريقة

أيسر عما هو سائد في البيئة التقليدية، فضلاً عن إمكانية التواصل التزامني واللاتزامني بين الوسيلة والطرف المعني بحق الرد والتصحيح، وإمكانية تحري بواطن الخلاف، واستطلاع وجهات نظر متباينة في موضوع الرد والتصحيح، وإمكانية تحول الرد والتصحيح إلى تفاعل جماعي بين عدد كبير من المشاركين، وليس حواراً ثنائيا بين صاحب الحق والموقع الإعلامي، وكذلك إمكانية تضمين الرد والتصحيح للعديد من الوثائق والروابط والمصادر التي تدعمه، وتقوي حجته، والتي لا تشغل مساحة ضمن الرد نفسه. ومن ناحية أخري، بينما واجهت وسائل الإعلام في الماضي ولا تزال مشكلة كيفية احترام حق الرد والتصحيح، وتحويله لأمر واقع، فإن البيئة الإليكترونية يمكنها تحقيق ذلك، بحكم ما تتمتع به من لا محدودية في المساحة، وفورية في النشر، والسرعة في التنفيذ، فضلاً عن توافر آلية التصحيح الذاتي، والتي تجعل من الصعب ممارسة عملية الخداع والتلاعب بحق الرد، مع إمكانية نشر نسخة معدلة من الموضوع أو العدد المتضمن للخطأ، بصورة منفصلة، أو مصاحبة له أو في زاوية خاصة بالتصحيحات أو حفظها في الأرشيف الخاص بالموقع، ومن ثم يسهل الوصول للرد والتصحيح في أي وقت.

أما السلبيات، فإن طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية وما تتميز به من حداثة وسرعة وقلة المرجعية المهنية، وقلة المراجعات التحريرية للمادة، والتركيز على الجوانب الفنية أكثر من الجوانب التحريرية، وعدم وجود قنوات فلتره للمضمون قبل نشره ، وقلة عدد العاملين، كل ذلك وغيره، يؤدي إلى حدوث الكثير من الأخطاء التي تحتاج لتصحيح، كما أن التفاعلية التي توفرها هذه البيئة قد تزيد من حدة الخلاف والجدل، وهو ما يزيد من كم الأعباء الملقاة على عاتق العاملين في هذه البيئة سواء لتصحيح جوانب خاصة بالمضمون أو بالشكل.

وتكشف مؤشرات تحليل الدراسات السابقة والممارسات الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامية الإليكترونية فيما يتعلق بالالتزام الأخلاقي بحق الرد والتصحيح عما يلي:

لم يحظ مفهوم حق الرد والتصحيح باهتمام كبير في أدبيات البيئة الإليكترونية الجديدة، (سليمان صالح، 2005) على الرغم من إنه يعد أحد الأشكال الأساسية في مجال أخلاقيات الإعلام التي استفادت من التطور التكنولوجي في البيئة الإليكترونية، حتى أن ممارساته سبقت التنظير له، وكذا سبقت محاولة وضع سياسات محددة متعلقة بكيفية تطبيقه، كما بدأت بالفعل بعض المواقع الإعلامية الشهيرة على الإنترنت، مثل موقع النيويورك تايمز والواشنطن بوست، بوضع لافتة خاصة بالتصحيحات ضمن قائمة محتويات مواقعها، وخصصت مكاناً ثابتاً لها على صفحاتها، وإن يظل هذا التقليد غير شائع في العديد من الإصدارات الإليكترونية الإعلامية، وخاصة العربية منها، وهو ما يدعو إلى ضرورة تعميمه، ومؤخرًا طالب البرلمان الأوروبي في 7 أيلول 2005 بوجوب اعتماد حق الرد على المواقع الالكترونية كما هو الحال في الوسائل التقليدية، وقد يرجع غياب السياسات المتعلقة بحق الرد والتصحيح في هذه البيئة، لافتقار معظم الصحفيين العاملين في هذه البيئة، والذين جاءوا من البيئة التقليدية، للخبرة التقنية التي قد تساعدهم في كيفية توظيف إمكانياتها لتحقيق هذا الهدف، فضلاً عن طابع السرعة الذي يسم العمل بهذه البيئة، والتي تمر الآن بمرحلة أكثر تطورًا ونضجاً، ومن ثم لم يصبح مقبولاً الاستمرار في عدم صياغة مبادئ محددة تنظم مثل هذه الواجبات، كما لم يصبح مقبولاً التحجج بأعذار كثيرة لعدم الوفاء بحق الرد والتصحيح في البيئة التقليدية، كما أن التلاعب بهذا الحق، يسلب من هذه البيئة أحد سماتها المهمة، ومن ثم أصبح من الضروري تدريب الإعلاميين العاملين في هذه البيئة على كيفية اكتشاف الأخطاء وتصحيحها(Bonnie Bressers, 2001) .

لم تعالج المواثيق الأخلاقية حق الرد بما يستحقه من اهتمام، حيث لم يرد سوي في مواثيق محدودة مثل إعلان معهد بوينتر الذي دعا إلى ضرورة التزام محرري الصحف الإليكترونية والمواقع الإخبارية، بتوفير فرص التفاعل والمشاركة للمستخدمين، مع دعوة المنظمات الإخبارية الإليكترونية لتشكيل معايير خاصة بهذا الواجب، وأن تكون هذه المعايير معروفة للمستخدمين، وأن تطبق باستمرار وبشكل عادل، كما دعا اتحاد

ناشري الصحف الأمريكية إلى وضع لافتة واضحة في أعلى الصفحة الرئيسية للمواقع الإخبارية تشير إلى أية تصحيحات تم إجرائها أو توضيح لأخطاء تم ارتكابها، على أن تتشابه هذه اللافتة في كل المواقع الإخبارية بما يسهل التعرف عليها، كما يجب أرشفة وعنونة كل تصحيح بشكل واضح مع كل قصة متعلقة به، وأن تنص المواثيق الأخلاقية على ضرورة التزام محرري الصحف الإليكترونية بالقيام بتصحيح أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة، وإذا ما اتضحت هذه الأخطاء بعد مرور فترة زمنية فيجب حفظ القصص في الأرشيف الخاص بالموقع، وأن يرتبط حق التصحيح بحق الرد، وبحيث يلتزم محررو الصحف الإليكترونية بنشر أية ردود من القراء تتضمن تصحيحاً لأخطاء أو معلومات غير دقيقة نشرت عبر الصحف الإليكترونية أو المواقع الإخبارية، وأن يتم نشر أية تصحيحات بسرعة .

بيد أن ثمة تساؤلات لا تزال مطروحة حول طبيعة وحدود المسئولية الأخلاقية للإعلاميين في البيئة الإعلامية الجديدة ومن بينها:ما هي الفترة الزمنية التي يمكن النص عليها للالتزام بحق الرد؟، وهل يظل عنصر دورية الصدور أحد العوامل الأساسية في تحديد هذه الفترة؟ وما هي الفترة الزمنية التي يمكن أن تنطبق على المواقع الإعلامية الإليكترونية؟، باعتبار أنها تتجدد على مدار الساعة؟ وما هي طبيعة المساحة التي يجب أن يلتزم بها الموقع الإعلامي الإليكتروني بنشر الرد والتصحيح فيها؟، وهل تظل كما هو معمول به في البيئة التقليدية، من ضرورة أن يتم النشر بنفس المساحة وبنفس الموقع؟ وهل من المقبول أن يحدد الموقع الإليكتروني مكاناً ثابتاً لنشر الردود والتصحيحات؟ بغض النظر عن ضرورة نشرها في ذات المساحة وذات المكان؟ ، وهل يظل بنفس الموقع على صفحة الموقع، أم ينشر ضمن باب التصحيحات، مع الإشارة إليه ضمن قائمة الصحيفة؟ وماذا عن طريقة العرض والتصميم وأحجام الخطوط المستخدمة وألوانها وخلفياتها وغيرها من الأمور الفنية؟ وهل يتم النص على نشر الرد والتصحيح بنفس المواصفات الفنية التي نشر بها الموضوع محل الرد أو التصحيح؟، ثم ماذا عن إمكانية قيام الموقع الإعلامي الإليكتروني بإجراء عمليات تصحيح للأخطاء

فور وقوعها وقبل أن يلاحظها أحد؟ وهل يغني هذا التصحيح الفوري عن ضرورة الالتزام بحق الرد والتصحيح؟ ونعتقد أن الحل العملي أن يتم النشر في مكان نشر التصحيحات، وإن كان هذا لا يفي بحق الرد والتصحيح كما ينبغي، بيد أن الالتزام التقليدي بالنشر بذات المساحة والمكان سيمثل عائقاً أمام هذه المواقع، خاصة فيما يتعلق بتجدد موضوعاتها، ولطبيعة تصميمها من جهة أخري. وماذا عن المبادئ الأخلاقية التي يجب الالتزام بها عند فتح المجال للمشاركة التفاعلية؟ وهل يسمح محررو المواقع الإليكترونية بنشر كل الردود دون تحكم أو اختيار أو تدخل تحريري فيها، أو مراجعة لها، ثم ماذا عن مصير الموضوع الأصلي؟ وهل يتم الاحتفاظ به في قواعد المعلومات الخاصة بالمواقع الإعلامية أم يتم حفظه فقط بعد تعديله؟ وهل بقاء الموضوع الأصلي بما عليه من ملاحظات في قواعد معلومات الموقع الإعلامي، يعد تعدياً على حق الرد والتصحيح؟ ومن يتحمل المسؤولية عندما يتضمن الرد ألفاظاً غير لائقة أو مسيئة أو سباً أو قذفاً ، أو انتهاكًا لحق الآخرين في الخصوصية، وهل يجب أن تشمل سياسات التصحيح، كل الصفحات، أم الصفحات التي تشهد إقبالاً كبيراً فقط، فمن بين الأسس التي وضعها موقع Salon.com لنفسه مثلاً، إنه إذا وقع خطأ بسيطا مثل تهجئة اسم، فلا داعي لتنبيه القارئ، ولكن في حالة حدوث تغيرات جوهرية على المادة المنشورة فيجب وضع التصحيح في نهاية القصة، وكذا الإشارة إليها في صفحة التصحيحات ضمن القائمة الرئيسية للموقع، ثم ما هي المساحة الفعلية للرد، وهل هي حجم النص المنشور فقط، أم النص بالإضافة للروابط الملحقة؟ ونعتقد أن تضمين الرد لروابط لا ينبغي أن يحسب ضمن المساحة التي يشغلها الرد، باعتبار أن ما يشغله الرابط من مساحة يتم في مواقع أخري، وأخيرًا هل تنطبق ذات التقاليد القديمة والمتبعة في مراجعة المواد المنشورة وفحص مدى صحتها على وسيلة تتسم بالتغير بالسرعة والقدرة على التصحيح الفوري (Mann,1998)

وبصفة عامة، يمكن تنظيم حق الرد والتصحيح في البيئة الإعلامية الإليكترونية من خلال وضع سياسة محددة تتناول هذا الحق مع النص على حق كل إنسان في الرد

على ما يمكن أن يمسه شخصياً، وأن يكون الرد على ما يتعلق بالشؤون العامة وفي حدود مساحة معقولة، وأن يلتزم من يرد بعدم السب والقذف، وعدم انتهاك خصوصية الآخرين، وعدم استخدام ألفاظ غير لائقة. أما بالنسبة للتصحيح ، فلابد أن يلتزم ناشرو الصحف الإليكترونية ومحرروها بإجراء التصحيحات بمجرد ظهور أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة ، حتى لو اتضحت هذه الأخطاء بعد مرور فترة من الزمن، وأن يتم نشر الرد والتصحيح بسرعة، مع إطلاع القارئ على مواطن التصحيح، ونشر الموضوع الأصلي مع التصحيح ذاته، وأن يتدخل المحرر لمنع أو حذف ما يمكن أن يتضمن مواداً أو معلومات ضارة أو مسيئة أو تتناقض مع الشخصية التحريرية للموقع ولكن دون تعسف ، أو تقييد لحق المستخدمين في الرد ، والسماح لصاحب الحق في الرد بتضمين روابط ضمن رده، مع وضع رابط للإطلاع على الردود بشكل كامل دون تحديدها بمساحة معينة.

سادسًا : قضايا أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي

(1) الوصلات والروابط التشعبية:

تعد الوصلات والروابط التشعبية من السمات المميزة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية، حيث تضفي عليها الكثير من الحيوية والتفاعلية، باعتبارها طريقة سريعة ومتجددة ومتطورة ومتنوعة للوصول للمعلومات (Byrd, 1996) ، إذ بينما كانت الوسائل الإعلامية التقليدية مقيدة بعوامل المساحة والوقت، وهو ما حد من إمكانياتها في نشر تفاصيل وخلفيات الأخبار والمعلومات، فإن الوصلات والروابط التشعبية وفرت للوسائل الإعلامية الجديدة، أداة مميزة لتوفير مثل هذه المعلومات والخلفيات، ووضعها في سياق مناسب وأكثر عمقاً ، عن طريق الاستفادة مما توفره المواقع والمصادر الأخرى من معلومات (Deuze, 1999).

ويعتمد استخدام الروابط التشعبية على لغة النص الفائق Hypertext والتي تستخدم

في نشر النصوص، وفي البحث في المواقع والوثائق المتعلقة بالموضوع، بصرف النظر عن أماكن تخزين هذه النصوص، وفي المساعدة في تتبع الأخبار والموضوعات من صفحة إلى صفحة أخري، وفي السماح للمستخدمين بالقفز بسرعة من مصدر معلومات إلى أخر بمجرد الضغط على زر الفأرة، (Lynch, 1998) وبدون الحاجة إلى كتابة عناوين المواقع التي تم الانتقال إليها ، كما تحيط المستخدم بكل الروابط ذات الصلة بموضوعه، وتساعده على تقصي أبعاده عن طريق تصنيفه إلى قوائم وفئات وفروع..الخ.

وللروابط التشعبية ميزات وسلبيات من الناحية الأخلاقية، فكما يمكنها ربط المستخدم بمواقع مفيدة وثرية بالمعلومات، يمكنها أن تربطه بمواقع مثيرة للجدل والخلاف، أو لا ترقي للمستوي الأخلاقي والمهني المتوقع من العمل الإعلامي، أو تتضمن معلومات مضللة للجمهور (Mann, 1997) أو قد تُعرض الموقع لمساءلة قانونية في حالة تضمن المواقع الأخرى لمواد غير قانونية أو غير أخلاقية، (Cooper, 1998) (Deuze/Yeshua 2000) كما يصعب على الإعلاميين في البيئة الإليكترونية التحكم فيما تتضمنه المواقع الأخرى من مواد، أو تتبع مدى وفائها بالمتطلبات الأخلاقية للعمل الإعلامي. ومن ناحية أخري، كلما زاد عدد المواد المنشورة، وزاد عدد المواقع التي يتم الربط بها، كلما تضخم العمل وصعب التحكم فيه، كما قد تشجع مثل هذه الروابط على القرصنة الجماعية على مواقع الآخرين، من خلال توفير رابط يساهم في النسخ غير المرخص لأعمال آخرين، كما قد تسئ للآخرين في حال تضمنها لمعلومات ووقائع غير صحيحة.

وبينما لا تريد بعض المواقع الإعلامية أن تربط نفسها بمواقع منافسة أو بمواقع تحتوي على مضامين غير لائقة، فإن البعض الأخر منهم يرحب باستخدامها، باعتبار إنها تزيد من شهرة مواقعهم. ويبدو ظاهريًا إنه لا مشكلة قانونية أو أخلاقية في تضمين روابط لمواقع أخري، بيد أن هذا الأمر يحتاج إلى بيان طبيعة هذه الروابط، ومدي احترامها أو تجاهلها لحقوق الآخرين، ومدي وفائها أو التزامها بالمعايير الأخلاقية والقانونية.

ومع ذلك يثير استخدام هذه الروابط الكثير من التساؤلات حول حدود المسئولية الأخلاقية للإعلامي فيما يتعلق بالروابط والوصلات التشعبية، وهل تتوقف عند حدود موقعه؟ وعند اختياره للروابط أم تتعدى ذلك لمستوي آخر من المتابعة والتقييم المستمر لمواقع الآخرين، أم قد تصل لمستوي ثالث من المسئولية، وهو مسئوليته عما قد تتضمنه المواقع الأخرى من تضليل أو خداع أو كذب، بينما ينبغي وضع مستويات لمسئوليات الإعلامي وتكليفه بضرورة مراجعة الروابط المستخدمة، لكن يصعب تحميل الإعلامي مسئولية المواقع الأخرى، وهو ما يطرح تساؤلاً حول إلى أي مدى يعتبر ربط المواقع الإخبارية والإعلامية بمواقع ومصادر أخري تعد على حقوق الآخرين الفكرية، فمثلاً هل من المقبول ربط بعض المواقع بمصادر الأخبار مثلما هو الحال مع محرك البحث جوجل ووكالة الأنباء الفرنسية، إذ أن مستخدمي جوجل قد يكتفون بقراءة الأخبار فيه دون الذهاب لموقع الوكالة الفرنسية، وفي هذه الحالة: هل يتعدي جوجل على حقوق الملكية الفكرية للوكالة؟ وهو ما اشتكت منه بالفعل الوكالة، بينما يرى القائمون على جوجل أنهم يخيرون الناشرون في مسألة الارتباط بهم أم لا، ولكن معظم الناشرين يريدون أن تدرج روابطهم على الموقع، لاعتقادهم بأن ذلك مفيد لهم ولقرائهم. وبصفة عامة، لا يمكن تجريم استخدام الروابط، وإلا تم القضاء على الإنترنت ككيان، فاستخدام الروابط يشبه استخدام قاعدة بيانات مثل ديوي للتعرف على ما يوجد بموقع آخر في مكتبة مثلاً، فهو مجرد عنوان لموقع أخر، والعنوان في حد ذاته مجرد معلومات ولا يتمتع بالحماية كحق للمؤلف، وهو ما يعني إنه لا يوجد عائق قانوني يمنع استخدام الروابط ، ولكن المشكلة تتمثل في كيفية استخدام هذه الروابط، فإنشاء صفحة من صور وأعمال آخرين بدون تصريح يعد انتهاكا لحق المؤلف، ولكن مجرد استخدام رابط لصفحة أخري لا يعد انتهاكاً، ولكن يمكن الإدعاء بانتهاك هذه الروابط لحقوق الآخرين الفكرية، في حالة ما إذا كان الارتباط ماكرًا deep link، فالارتباط بمقال أو بموضوع مباشر داخل الموقع، وتجاوز صفحة البداية الرئيسية، وهو ما قد يحدث تعمية وتشويش حول طبيعة المالك الحقيقي للموقع في

ذهن المستخدم، وهذا النوع من الارتباط الماكر يسمح للزوار بالمرور العابر على المعلومات والإعلانات الموجودة بالصفحة الرئيسية لموقع ما، والذهاب مباشرة إلى صفحة داخلية، وهو ما قد يؤدي إلى فقدان هذه المواقع لعوائد إعلانية، قد تجنيها من المرور على صفحاتها الرئيسية.

وتكشف أدبيات أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية الجديدة عن اهتمام بعض المؤسسات التعليمية والأكاديمية بوضع ضوابط للتعامل مع الروابط والوصلات من بينها ما أشار إليه معهد بوينتر من إنه لكي تحافظ الصحيفة الإليكترونية على مصداقيتها لابد أن تكون الروابط التي تستخدمها واضحة، وأن يتم تحديدها بشكل واضح هل هي مواقع تحريرية أم تجارية؟ وهل حصل الموقع على أموال مقابل وضعها على الموقع والربط فيها، كما ينبغي أن تكون الروابط المستخدمة ملائمة للموضوع وحديثة ودقيقة، مع ضرورة التأكد من احترام هذه الروابط لحقوق الآخرين وللقيم الإعلامية والمهنية المتعارف عليها، وأن يتم مراجعة كل الروابط التي يتم الإشارة إليها من حيث ملاءمتها وحداثتها ودقتها، واحترامها لحق الآخرين في الخصوصية، مع العمل على استكشاف البدائل المتوافرة من هذه الروابط قبل توفير روابط تشعبية مسيئة، وفي حالة الضرورة لاستخدامها يجب تحذير المستخدمين منها قبل ربطهم بها.

وبصفة عامة، يجب أن ينص أي ميثاق شرف أخلاقي للبيئة الإعلامية على ضرورة أن تقوم هذه المواقع الإعلامية بإجراء عمليات مراجعة تحريرية للروابط التي تستخدمها، والإفصاح عن طبيعة شراكتها مع الآخرين، وما إذا كانت تدر عائداً على الموقع، وأن يتم استخدام رموز نصية ومرئية لتوضيح طبيعة هذه الشراكة، مع توضيح طبيعة العلاقة بين الطاقم الإخباري وبين الرعاة وأصحاب الإعلانات التحريرية، وعدم تحكم الرعاة في الروابط الملحقة بما تنشره المواقع الإخبارية من مضامين، ومراجعة ما يتم استخدامه من جرافيكس ورسوم متحركة، وصلتها بالمحتوي، مع وضع مؤشرات مرئية تكشف عن المحتويات التي لا يتم إنتاجها من قبل طاقم الموقع،

ومعرفة محتوي الموقع المرتبط به تجنباً لأي خطأ في توجيه المستخدم، وأن يتم الارتباط بالطريقة التي يرغب فيها الموقع، وتجنب أي انطباع أو إشارة توحي بأن الارتباط بهذا الموقع تعني المصادقة بأي طريقة على منتجاته وخدماته، وتجنب الربط بمواقع تمنع أو لا توافق صراحة على مثل هذا الربط، وألا تكون هناك إحالات عمياء لموضوعات غير متاحة أو غير موجودة من الأصل، مع الحرص على الحصول على تصريح قبل استخدام روابط الآخرين، والعمل على تحجيم مسئولية الموقع القانونية باستخدام ما يعرف بالتنصل أو الإنكار Disclaimer لتقليل احتمالية المشكلات القانونية والأخلاقية التي قد تقع من جراء استخدامه لهذا الرابط.ومن نماذجه القول: (بتقديم روابط للمواقع الأخرى فإن (اسم موقعنا) لا يضمن أو يوافق أو يصادق على المعلومات المتوافرة على هذه المواقع، ولا يعني الارتباط التشعبي بها أي علاقة أو ارتباط أو مصادقة مع اسم موقعنا).

(2) حقوق الملكية الفكرية

تعد قضية الأخلاقيات الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية للآخرين من القضايا المهمة في البيئة الإعلامية التقليدية، وخاصة ما يتعلق منها بالاستفادة من أعمال الآخرين الإخبارية، وتحديد هوية مصدر العمل الإعلامي، وغالباً ما يأتي النص عليها ضمن الواجبات والالتزامات المتعلقة بجمع ونشر الأخبار والآراء، ومنها ضرورة نسبة المادة الإعلامية لأصحابها وعدم انتحال حقوق الآخرين، والحرص على ذكر مصادر المادة الصحفية.

أما في البيئة الإليكترونية فقد ظهرت أشكالا جديدة، ومتنوعة من التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين ومنها: نسخ المواد المنشورة إليكترونياً (سواء كانت نصًا مكتوبًا أو صورة أو فيلم أو فيديو أو برامج أو موسيقي أو رسم أو جرافيكس أو قالب تصميم أو غير ذلك) واستغلالها بشكل أو بآخر، دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي والمادي لهذه المواد، أو بث أو عرض أو نشر أو إذاعة أو

نقل أو إتاحة هذه الأعمال، بدون ترخيص، أو حذف أجزاء منها، أو تغييرها بدون أذن، أو تشويه معالمها، أو تحريف مضامينها، بصورة تضر بها، ودون نسبتها إلى صاحبها، وأيضًا السماح بربط بعض المواقع كوكالات الأنباء والصحف والمجلات بمواقع أخرى بدون الحصول على موافقتها، أو إدراج أجزاء منها ضمن مادة الموقع الإعلامي، وكأنها جزء منه..

وقد تزايدت حالات التعدي هذه على حقوق الآخرين في البيئة الإليكترونية بفعل المعالجة الرقمية للمعلومات، وسهولة تبادلها، وإعادة إنتاجها في أشكال متعددة، بسرعة، وإنتاج نسخ عديدة منها، مع عدم التقليل من جودتها، وإمكانية تخزينها واسترجاعها وتوزيعها رقميًا، وللتكلفة الهامشية لإعادة الإنتاج والتوزيع، وكذا لسهولة توظيف المعلومات الرقمية وتعديلها بدرجة مغايرة لأشكالها التقليدية، مما يصعب كشف أوجه تغييرها أو تحويرها، كما أن التضخم المطرد في حجم المعلومات والبيانات التي تنشر عبر الإنترنت، يؤدي لصعوبة تمييز الأعمال الأصلية عن غيرها. وقد زادت مثل هذه الحالات بفعل صعوبة اقتفاء المعتدين، وعدم كفاية القوانين المنظمة لحقوق الملكية الفكرية، واعتقاد بعض المستخدمين بعدم وجود قانون يحمي حقوق المؤلف على الإنترنت، وصعوبة تحديد كم ونوع المعتدين على هذه الحقوق، وجدة أو حداثة ظاهرة القرصنة الإليكترونية، وعدم مواكبة التشريعات القانونية لها، و:القدرة على ممارسة عمليات التعدي على الإنتاج الفكري والإبداعي للآخرين بشكل مستتر ومجهل، وصعوبة تطبيق القوانين الخاصة بحق المؤلف، والخاصة بكل دولة على الإنترنت، نظرًا للشخصية العالمية للإنترنت.

ومن ثم ينبغي أن تستوعب المواثيق الأخلاقية التي تنظم العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، التغيرات الجديدة في هذه البيئة، وأن تحتل مساحة اهتمام أكبر ، باعتبار أن معظم الأعمال التي تتم فيها تعد ذات صلة وثيقة بحقوق الملكية الفكرية للآخرين، حيث يجب النص على الاستخدام المشروع لمصادر المعلومات والأخبار،

وعلى نَّسبة المادة الإعلامية لأصحابها، وإلى عدم انتحال حقوق الآخرين، وإلى ضرورة الحصول على إذن مسبق من أصحاب المواقع الأخرى والمصادر، قبل تضمينها ضمن الموقع، وإلى تجنب كل الممارسات التي تهدر من حقوق الآخرين أو تشوه أعمالهم، وكذلك النص على عدم التعدي على حقوق الآخرين، في كل ما يتعلق بالمادة والخبر والمصدر والرسم والصور والجرافيكس والصوتيات والمرئيات والقوالب التصميمية وبقية مفردات إنتاج المواقع الإعلامية الإليكترونية.

(3) أخلاقيات حماية الخصوصية الإليكترونية

تشير بعض المواثيق الأخلاقية التي تتبعها بعض وسائل الإعلام في البيئة التقليدية إلى ضرورة احترام الحياة الخاصة للآخرين، وعدم التطفل عليها وعدم الكشف عن أسمائهم وأسرارهم أو التعرض لهم أو اقتحام الأماكن التي يتواجدون فيها بدون أذن..الخ، وضرورة احترام وتقدير مشاعر الأفراد الذين يمرون بحالات مأساوية أو حزن أو معاناة أو صدمة أو حالات علاجية، وضرورة التماس أليق الطرق للتعامل معهم، وعدم السعي للحصول على المعلومات والصور من خلال المضايقة والإلحاح المستمر، وعدم تصوير الناس في أماكنهم الخاصة بدون موافقتهم، وعدم الإلحاح في الاتصال التليفوني والملاحقة ، وعدم البقاء ضمن حدود ملكية الآخرين في حالة ما إذا طلب منهم الرحيل، وعدم استخدام التكنولوجيا الحديثة في التطفل على حياة الآخرين، ومنها استخدام الكاميرات الخفية وغيرها.

ويكشف تحليل واقع الممارسات الإعلامية ومواثيق الشرف الإليكترونية عن مجموعة ملاحظات من بينها:

- توفر البيئة الإليكترونية ميزة كبيرة أمام المواقع الإخبارية والإعلامية التي تعمل على ساحتها، إذ إنه بمقدورها معرفة تفضيلات واهتمامات مستخدميها ورصد تحركاتهم على الموقع، وهو ما قد يساعد في تلبية احتياجات هؤلاء المستخدمين والعمل على إشباعها، سواء من خلال استمارة الاشتراك التي يقوم المستخدم

بتعبئتها عند بدء استخدامه للموقع، أو من خلال ما يعرف بالكعكات الإليكترونية، وعداد الزوار، وبعض النصوص المخفية، وغيرها من الوسائل التكنولوجية، بيد أن ذلك يثير تساؤلاً حول مدى أخلاقية مثل هذا العمل، وهل يجوز للوسيلة الإعلامية تتبع تحركات مستخدميها بعلمهم وبدون علمهم؟و ما هي الحدود التي يجب أن تلتزم بها إزاء الكشف عما يخص الآخرين، وتحت أية شروط أو ضوابط يمكن الكشف عن مثل هذه المعلومات؟، وما هي المعلومات التي يمكن أن يحجبها الناس لأنفسهم، ولا يكشفون عنها؟، كما تثار تساؤلات حول مدى إمكانية استغلال هذه المواقع للبيانات الشخصية لمستخدميها لخدمة أغراضهم الخاصة أو بيعها لطرف ثالث، يقوم باستغلالها تجاريًا للترويج لسلع ومنتجات الآخرين، كبيعها لبعض المعلنين المحتملين في محاولة لإقناعهم بأن مستهلكيهم المحتملين يقومون بزيارة هذا الموقع دون سواه (Singer, 1997b)، والسؤال هو هل من حق الصحف أن تبيع البيانات الخاصة بقرائها للآخرين(Gordon & Kittross, 1999).

- تتيح البيئة الإليكترونية أمام الصحفيين إمكانية الدخول لقواعد معلومات وبيانات متعددة ومتنوعة، تتضمن أدق التفاصيل عن الحياة الخاصة للآخرين، بعضها يعمل بشكل رسمي والأخر بشكل تجاري، وإذا جاز للصحفي الاستعانة بالمصادر الموثوقة، فهل يجوز له استقاء معلوماته من مصادر قد تحوم حولها الشبهات؟ وهل يجوز له استخدام مثل هذه القواعد للتفتيش في الحياة الخاصة للآخرين؟

- تقوم بعض المواقع الإخبارية والإعلامية في البيئة الإليكترونية بتوفير ميزة خصخصة customization المضمون وتوليفه وفقًا لاهتمامات مستخدميها، وهو ما يسمح لها بمعرفة اهتماماتهم، ومن ثم بث رسائل إعلانية لهم متوافقة مع هذه الاهتمامات، ولكن هل يجوز استغلال المعرفة باهتمامات المستخدم كوسيلة لتحقيق ربح تجاري؟..

- تحرص معظم المواقع الإخبارية والإعلامية في البيئة الإليكترونية على نشر ما يعرف ببيان الخصوصية والمتعلق بكيفية حمايتها وصيانتها للمعلومات الخاصة بمستخدميها،

وهو أمر غير شائع وغير مألوف في البيئة التقليدية، باعتبار صعوبة تحقيقه، وبالرغم من ذلك فلا توجد ضمانة حقيقية لحماية خصوصية مستخدمي هذه المواقع

- يقوم بعض الصحفيين باستقاء أخبارهم من حجرات النقاش والقوائم البريدية وغيرها من الوسائل الشائعة في البيئة الجديدة، بيد أن بعضهم قد لا يكشف عن هويته كصحفي أثناء مشاركته في هذه الأماكن، وقد لا يستأذن المشاركين في نشر نص ما يدور بداخلها، وهو ما يعد عملاً غير أخلاقي. ومن ناحية أخري، تحتوي بعض المواقع على قوائم وحجرات ونقاش ودردشة، ولكن بدون أن توضح سياستها المتعلقة بحماية خصوصية المشاركين.

وقد نص إعلان معهد بوينتر على ضرورة احترام الصحفيين للحياة الخاصة للآخرين وعلى ضرورة التعامل بحساسية مع ما يتعلق بحقوق الآخرين في حماية حياتهم الخاصة عند إنتاج قواعد البيانات، وألا يتم بث معلومات عن حياة الأفراد الخاصة، إلا في حالة وجود مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حق الحياة الخاصة، وعلى عدم تضمين هذه المواقع لروابط وصلات خاصة بمواقع أخري لا تحترم خصوصية الآخرين ضمن مادتها، والحرص على عدم انتهاك حق القراء في الخصوصية من خلال جمع المعلومات الديموجرافية عن طريق الاستطلاعات الإليكترونية، وكذا ضرورة الحرص على عدم استخدام نتائج هذه الاستطلاعات بواسطة طرف ثالث، وعدم التجسس على البريد الإليكتروني للقراء، وتحذير القراء من أية بيانات يمكن أن تكون غير محمية، وأن تتضمن سياسات المواقع الإعلامية فيما يتعلق باستخدام قواعد المعلومات المتضمنة لبيانات عن أفراد آخرين، بأن هذا الاستخدام يتوافق مع مهام الموقع والقيم التي يتبناها، وأنه في حالة نشر هذه القواعد، فإن ذلك لن يتم إلا في حالة توافر أسباب عامة وصحفية ملحة، مع الحرص على التعامل بحساسية مع حق الآخرين في الخصوصية، وأنه لن يتم نشر أية بيانات منها، ألا في حالة أن المصلحة العامة تفوق هذا الحق، وان الموقع يضمن توفير آليات تطوير وتحديث بيانات هذه القواعد، وفي حالة عدم قدرته

على ذلك، فسيتم حذف المواد القديمة، وأن مادة هذه القواعد لن يتم نشرها، إلا بعد التأكد من مصداقيتها وصحتها، مع الكشف عن مالك هذه البيانات وتحديد مدى صحتها وحدود وكيفية استخدامها، مع تنبيه المستخدم، لإمكانية إطلاع أطراف أخري على محتوياتها، في حال حدوث ذلك.

وبالرغم من تناول مواثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإليكترونية، إلا إنها لم تتناول تأثير ثورة المعلومات على الحياة الخاصة للمواطنين وواجبات الإعلاميين في هذا الصدد، كما لم توضح بدقة أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات، فمثلاً دعا إعلان معهد بوينتر لتحديث هذه البيانات بشكل مستمر، وحث محررو الصحف الإليكترونية على ضرورة تقييم المعلومات التي يتم وضعها في قواعد البيانات قبل نشرها، وذلك باستخدام أفضل المعايير التقليدية والمتعلقة بمفاهيم الدقة والصلاحية والمصداقية، لكنه لم يوضح كيفية توظيفها واستخدامها، وحدود هذا الاستخدام؟ كما لم تحاول معالجة هذه المواثيق مشكلات مهمة مثل سرقة الملفات عبر أجهزة الكمبيوتر والحصول على بيانات الشخص ووثائقه المسجلة لدى السلطات العامة عن طريق أجهزة الكمبيوتر، واكتفت بالنص على ضرورة التزام محرري الصحف الإلكترونية باحترام حرمة حياة الإنسان الخاصة، وهو نفس النهج التي سارت عليه المواثيق الأخلاقية للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى (سليمان صالح، 2005).

وهكذا فإن هذه المشكلة تحتاج إلى معالجة شاملة في المواثيق الأخلاقية تتناسب مع أهميتها، وأن يتم إقناع الصحفيين بأن حرية الإعلام والصحافة ترتبط بحق الخصوصية، وأن حماية حق الحياة الخاصة يشجع الإنسان على المشاركة السياسية والإبداع وطرح آرائه في وسائل الاتصال.ومن ثم يجب أن ينص أي ميثاق أخلاقي على حق الإنسان في الخصوصية، وعلى عدم انتهاك حرمة ممتلكات الإنسان الخاصة للحصول على المعلومات، بدون موافقته وفي حالة الموافقة فإنه لا يجوز النشر إلا إذا كان يحقق مصلحة عامة

مشروعة، واحترام حرمة الأماكن الخاصة، وعدم التقاط الصور بدون إذن الشخص وعدم استخدام الكاميرات المخفية لاقتحام حرمة المساكن، مع عدم استخدام أجهزة التصنت والتصوير الدقيقة، إلا إذا كانت هناك مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حق الخصوصية، وعدم التجسس على وثائق الإنسان المسجلة على أجهزة الكمبيوتر أو على بريده الإليكتروني أو نشر المعلومات المسجلة عنه في أجهزة الكمبيوتر لدى السلطات العامة بدون إذنه، وألا يتم في إطار التسلية والترفيه، وعدم استخدام أية معلومات تم الحصول عليها عن حياة الإنسان الخاصة للإساءة إلى شرفه وسمعته، أو تدمير علاقاته الأسرية، أو إشاعة الفاحشة في المجتمع، واحترام الكرامة الإنسانية للفرد، وعدم نشر أية صور أو معلومات تشكل عاراً للآخرين، إلا إذا كان هذا النشر يحقق مصلحة عامة مشروعة شديدة الأهمية، ولا يمكن تحقيقها بدون ذلك .كما يجب نشر ميثاق الشرف، وتوضيح مبادئه العامة للقراء وللعاملين بالمواقع، وأن يوضح الموقع طريقة استخدامه للمعلومات التي يقدمها القراء له عندما يسجلون فيه، وأن تفترض الصفحات الخاصة بالتسجيل إن المستخدم لا يريد خدمات إعلانية أو خدمات من الرعاة، إلا في حالة طلبها بشكل واضح، وفي حالة ارتكاب المستخدم لخطأ ما، فيجب أن تسمح صفحات التسجيل للمستخدم بأن يقوم بتحرير وتعديل ما كتبه من معلومات عن نفسه من قبل، كما يجب توضيح ما إذا كان الموقع يتتبع خطوات مستخدميه أم لا؟

(4) حالات أخري جديدة

ومن الظواهر الأخرى الجديدة في البيئة الإليكترونية وجود عدة أطراف ذات صلة بالعمل الإعلامي، وتلعب دورًا مهمًا في تحديد وتنظيم الضوابط الأخلاقية في البيئة الإليكترونية، إذ بينما تقع مسئولية الالتزام بأخلاقيات الإعلام في وسائل الإعلام التقليدية على عاتق العاملين بها وعلى إداراتها، فإن عدة أطراف تتشارك في مسئولية الالتزام بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية، منهم أصحاب الموقع الإعلامي، وموردي خدمة الإنترنت، ومستخدمي الموقع، وإن كانت صورة هذه المسئولية لم

تتحدد بشكل قاطع، فما هي مسئولية كل من أصحاب المواقع الإعلامية، والمستخدم الفرد وشركة تزويد خدمات الإنترنت عن أخلاقيات الإعلام وعن حماية الحقوق الفكرية للآخرين؟ فالناقل أو مورد الخدمة يوفر عادة الوصول إلى هذه البيئة، إلا إنه في بعض الحالات لا يقتصر دوره على توفير النفاذ إلى هذه البيئة، فمن المعروف أن مؤسسات الاتصال عن بعد والموزعين بالكابل يمكن أن يضطلعوا بدور الناقل، وإذا ما كانت مؤسسات الاتصال عن بعد لا تتدخل مبدئيا في محتويات الاتصالات التي تنقلها إلى الجمهور، ولا تؤثر على وجهتها أو على موضوعها، فإن بعض مؤسسات التوزيع بالكابل تقدم خدمات إضافية تفاعلية وتوزيع المعلومات، مما جعل وضعها ذا صبغة مزدوجة، فهل هي مؤسسات للبث الإذاعي والتليفزيوني مع ما يترتب على ذلك من مسئوليات بخصوص المحتويات التي تختار إيصالها إلى الجمهور، أم مجرد مؤسسات للتوزيع بالكابل؟ وهل هم مجرد موزعين وناقلين للمعلومات أم ناشرين لها؟ وإلي أي مدى تقع عليهم مسئولية إساءة استخدام الإنترنت من قبل مشتركيهم؟ ووفقا لأية ضوابط..الخ. والطرف الثاني هو أصحاب المواقع الإعلامية، ووظيفتهم تختلف عن وظيفة الناقل، فهم الذي يحددون سياسة مواقعهم ووسائلهم الإعلامية في إيصال المعلومات، ويقومون بإبلاغها لجمهورهم أما رسمياً أو بنشرها على الموقع، أو بتحديد شروط معينة لاستخدام المواد الإخبارية والمعلوماتية المتوفرة على الموقع. والطرف الثالث هو الجمهور، ، وهم قد يكونوا مستقبلين ومستخدمين للمواقع، وقد يكونوا كذلك مزودين بالمعلومات، وهم ينتمون إلى فئات متعددة، فكل من لديه حاسوب وبرامج معلوماتية ملائمة، يمكن له أن يكون منتجاً لمادة إعلامية، والأطراف الثلاثة يمكن أن يضطلعوا في ظروف معينة بدور مغاير للدور الذي يضطلعون به عادة في البيئة التقليدية، ومن ثم يلعب كل طرف منهم دورًا مهمًا في تشكيل الضوابط الأخلاقية في البيئة الإليكترونية، وعلى كل منهم تبعات بهذا الخصوص.

تستخدم المواقع الإليكترونية ما يعرف بوصفات الميتا تاجز meta tags، والتي هي عبارة عن أكواد مخفية تستخدم في بناء المواقع، وتمثل ملخصا قصيرًا لمحتوياتها، وهي

تساعد أصحاب المواقع الإعلامية في التحكم في فهرسة صفحاتهم على محركات البحث بتمكينهم من وصف محتويات هذه الصفحات، ووضع قائمة بالكلمات الملائمة لها، ومن ثم مساعدة المتصفح على الوصول السريع والدقيق لهذه المواقع، كما تفيد في توجيه جمهور المواقع الإعلامية وكوسيلة لجذب المتصفحين للمواقع وقد يكون هذا التوجيه صحيحًا، وقد يكون توجيهًا خاطئًا، وهنا تبدأ المشكلة، فقد يستخدم الموقع الإعلامي العلامة التجارية أو التوصيف الخاص بموقع منافس، ويضعها ضمن أكواد موقعه، وعندما يقوم المتصفح بالبحث، فإنه يذهب أيضًا إلى الموقع الذي استولى على هذه الحقوق، وضمنها بين أكوداه، وهو ما يعد عملاً غير أخلاقي، كما قد تساعد هذه الوصفات أصحاب بعض المواقع على جذب زوار وهميين لمواقعهم، والإدعاء بأن ترتيبهم يأتي في مرتبة متقدمة من حيث الزيارات، بينما قد لا تحتوي مواقعهم على المعلومات التي تتفق مع احتياجات متصفحيهم، فهي تمثل سلاحا ذو حدين، فقد تستخدم في تعزيز مكانة وشهرة موقع إعلامي ما، وقد تستغل بشكل سيء ومجاني للوصول إلى مواقع أخري، ولو ثبت أن استخدامها تم بفعل التضليل والخداع، فقد يعتبر هذا العمل غير أخلاقي، إذ لا يجب استخدامها لخداع المستخدم، وإغوائه للذهاب لموقع ما عن غيره بشكل غير مشروع، ومثل هذه الحالات لا تقع في البيئة الإعلامية التقليدية، باعتبار أن لكل صحيفة سمتها الخاص بها، ولافتاتها المميزة.

من بين الظواهر الجديدة في البيئة الإليكترونية ما يعرف بالمدونات الصحفية، وهو عبارة عن مواقع شخصية يدرج فيها الصحفيون وغيرهم أخبارهم وآرائهم، وهي ظاهرة تثير الكثير من النقاش في الصحافة الغربية حول دور صحافة الـ Blog وأثرها، (عباس صادق، 2005) في ظل تزايد أدوارهم كلاعبين أساسين في تشكيل الرأي العام ومحاور اهتمام وسائل الإعلام، فالانتشار الكبير الذي تلاقيه صحافة المدونات نابع من كونها تعد بمثابة تحد للأخبار التقليدية في المؤسسات الصحافية، وقد جذبت هذه الصيغة صحافيين محترفين ينشرون مقالاتهم على هذه المواقع بصفتها متنفساً خلاقاً لعرض رؤيتهم التي قد لا يتمكنون من عرضها عبر المؤسسات التقليدية التي تتمسك

بالموضوعية والحياد، وتتقيد بأسلوب تعبير محدد، ولكن كيف يمكن لأصحاب هذه المدونات العمل كصحافيين محايدين، في وقت يعتمد فيه نجاحهم في استقطاب القراء على آرائهم الذاتية وانطباعاتهم وتجاربهم الشخصية. وحتى الآن يقاوم العديد من الممارسين لفن المدونات الشخصية الإليكترونية مبدأ معايير الحياد. في المقابل تقاوم المؤسسات الإخبارية الكبرى نزوع بعض صحافييها لهذا النوع من التعبير، فمثلاً ضغطت محطة «سي إن إن» على مراسلها كيفن سايتس ليغلق مدونته الخاصة به في العراق وكذلك فعلت صحف أميركية كبرى خشيت أن تضر آراء صحافييها بصورة هذه المؤسسات وحيادها. ويدفع التأثير المتنامي لصحافة المدونات للتساؤل عما إذا كان هذا صعوداً لنوع جديد من الصحافة، ومن ثم التساؤل عن حاجته لصياغة نوع من الدليل المهني والأخلاقي لتنظيمه، خاصة وأن صراعات وآراء ودوافع هؤلاء لها انعكاس كبير على أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، وخصوصاً إذا أسيء استعمال الأخبار التي تنشرها أو تم تقديم معلومات خاطئة على صفحاتها.

سابعًا: مناقشة وخلاصة ونتائج ومقترحات

سعت هذا الدراسة إلى رصد وتحليل المعالم الأساسية لأخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية، وخاصة الأخيرة منها، وإلي أي مدى تختلف أو تتفق مصفوفة أخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية عن نظيرتها في البيئة الإعلامية الإليكترونية؟ وبيان أبرز الإسهامات العلمية والأكاديمية في هذا المجال، ورصد وتحليل أبرز الممارسات الأخلاقية المتعلقة بالعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، وبيان مدى تجاوب وردود أفعال واهتمام المؤسسات الإعلامية العاملة في البيئة الإليكترونية بهذه الأخلاقيات وتصوراتها عنها، وتحديد طبيعة الحقوق والواجبات الإعلامية للإعلاميين العاملين في البيئة الإعلامية الجديدة ومقارنتها بمثيلاتها في البيئة الإعلامية التقليدية، وتحليل ومقارنة الظواهر الأخلاقية الجديدة التي تنظم العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية ومقارنتها بمثيلاتها في البيئة

التقليدية، وطرح إطار عام لمنظومة أخلاقيات الإعلام في كل من البيئة التقليدية والإليكترونية. ولتحقيق هذه الأهداف، طرحت الدراسة بعض الأسئلة وبعض الفروض، ومن بين ما توصلت إليه للإجابة على هذه التساؤلات والفروض ما يلي:

(1) خلصت الدراسة إلى إنه بينما كانت وسائل الإعلام تعمل في منفصلة عن بعضها، في البيئة الإعلامية التقليدية، ولكل منها منظومته ومواثيقه الأخلاقية، فإنها الآن تشهد اندماجاً غير مسبوق، جمعها في بوتقة وبيئة واحدة، أفرزت معها وسائل إعلامية جديدة، بمنظومة أخلاقية جديدة، وبمشكلات وظواهر أخلاقية جديدة، بيد أن هذه المنظومة الأخلاقية غير محددة المعالم بعد، مع غلبة الاهتمام بالطابع التقني والفني على الجانب الإعلامي فيها، وعدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بمدي مصداقيتها، وعدم الاتفاق حول طبيعة ما يسود بالفعل فيها من أخلاقيات، وتلك التي يجب أن تسود، فضلاً عن كونها تعمل في ظل غياب رعاة حقيقيين يهتمون بضبط منظومتها الأخلاقية، وقلة اهتمام المؤسسات والمواقع الإعلامية العاملة فيها بصياغة بروتوكولات ومواثيق أخلاقية خاصة بممارساتها الإعلامية.

ومن ناحية ثانية، خلصت الدراسة إلى أن الاهتمام بموضوع أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية، لم يبدأ سوي بعد عام 1995، وانتقال بعض الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون للعمل في البيئة الإليكترونية، وبعد تنظيم معهد بوينتر للتدريب الإعلامي مؤتمرًا عن القيم الأخلاقية في البيئة الإليكترونية، في عام 1997. وبالرغم من مرور ما يزيد عن العشر سنوات على انتقال وسائل الإعلام التقليدية للبيئة الإليكترونية، وظهور العديد من المواقع الإعلامية الإليكترونية، فإن عدداً قليلاً من هذه الوسائل والمواقع قد صاغ لنفسه مواثيق وضوابط أخلاقية للعمل الإعلامي في هذه البيئة، كما لم ترد أشارات ذات قيمة حول هذا الموضوع في مواثيق الشرف الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية، في وقت يفتقر فيه العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية لأية قوانين أو تشريعات ذات طابع إعلامي، وكذا يفتقر لوجود

منظومة محددة المعالم من المعايير الأخلاقية، مع وجود خليط من الإعلاميين، المتباينين في درجة التزامهم بالقيم والأعراف الأخلاقية المهنية، والذين لا يجمعهم غالباً كيان مهني محدد المعالم، يصيغ ويحدد طبيعة الأخلاقيات التي ينبغي عليهم الالتزام بها. .ومن ناحية ثالثة، خلصت الدراسة إلى إنه بينما توفر البيئة الإعلامية الإليكترونية العديد من الفرص للحصول على المعلومات، بفعل ما تتمتع به من إمكانيات غير محدودة في جمع ونشر الأخبار والآراء، وما يتوافر لها من إمكانيات تفاعلية وتكنولوجية، وما أوجدته من طرق جديدة لجمع ونشر الأخبار، وتوفيرها لمصادر أكثر، ولإعطائها دوراً أكبر للجمهور في تشكيل الأخلاقيات الصحفية، من خلال المشاركة والحوار والتواصل التفاعلي، ولتحريرها للإعلاميين من ضغوط السعي وراء أساليب الإثارة، ولتغييرها لدورهم المتعلق بجمع المعلومات، فإن الطبيعة المتغيرة والسريعة للعمل الإعلامي في البيئة الرقمية واعتمادها على عدد قليل من الصحفيين، وعدم تكون صورة متكاملة عن طبيعة المهنة ومحترفيها والمنتمين إليها بعد، وسهولة عملية النقل والنسخ وإعادة الإنتاج والتوزيع والتخزين والاسترجاع، وإمكانية استخدام الإعلاميين لهويات مزيفة لجمع ونشر المادة الإعلامية وللتواصل مع القراء والمصادر، كل ذلك يؤدي إلى التسرع في بث ونشر الأخبار والمعلومات بدون تدقيق، وإلى تناقص مصداقية الأخبار، التي تنشرها المواقع الإعلامية الإليكترونية، وإلى التعدي على حقوق الآخرين، وزيادة حالات اختراق الخصوصية، وتزييف الوقائع الحقيقية للقضايا والمعلومات بسهولة، وهو أمر يتطلب صياغة ضوابط ومواثيق أخلاقية للحد منه.

(2) وفيما يتعلق بالرؤى المختلفة إزاء مدى الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي: فثمة فريقين الأول يرى أن البيئة الإعلامية الإليكترونية تطرح منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية يجب صياغتها بشكل يساعد الإعلاميين على الالتزام بها أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات.والفريق الثاني يرى عدم وجود حاجة لسن مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة

الإعلامية الإليكترونية، لصعوبة وضع ضوابط محددة المعالم لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة، ولعدم اختلاف أخلاقيات الإعلام من وسيلة إلى أخرى، ولكون التقاليد والأخلاقيات السائدة في البيئة التقليدية لا تزال صالحة للتطبيق في إطار البيئة الإليكترونية.

(3) خلصت الدراسة إلى وجود عدة اتجاهات بحثية عنت بتحليل أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية التقليدية والإليكترونية منها الاتجاه القائم على تحليل النظرية والإعلامية للقيم الأخلاقية، والذي يؤكد على أهمية الأخلاقيات الإعلامية كحل لأزمة وسائل الإعلام، ويدعو لوضع معايير أخلاقية عالمية إعلامية قابلة للتطبيق عبر مختلف الثقافات. والاتجاه القائم على تحليل مواثيق الشرف الإعلامية كمدخل لدراسة أخلاقيات الإعلام: وهو يؤكد على أن الإعلاميين يحتاجون لتطوير منظومتهم وبناء منظومة قيم وأخلاقيات ومعايير إعلامية جديدة.والاتجاه القائم على تحليل دور أكاديميات ومعاهد الإعلام في تدريس أخلاقيات الإعلام وتأثير ثورة المعلومات عليها، وهو يطالب بإدخال برنامج دراسي يتناول أخلاقيات الإعلام وكيفية تطبيقها في الصحافة الإليكترونية، والاتجاه القائم على تحليل قيم وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة، والذي يعرب عن مخاوفه من أن الصحافة سوف تتعرض للخطر نتيجة تخليها عن المعايير المهنية والمبادئ الأخلاقية، وهي تنتقل إلى البيئة الإليكترونية، ويدعو للاتفاق على سلسلة من القضايا العامة التي تشكل عملية صنع القرار الأخلاقي في البيئة الإليكترونية. والاتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الإعلامية الإليكترونية والذي يخلص لعدم التزام الطبعات الإليكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة، وإلى أن مؤسسات إعلامية عديدة لم تقم بصياغة مواثيقها وبروتوكولات عملها، وإلى أن قلة عدد العاملين في هذه المواقع والحاجة الملحة لتحقيق السرعة والسبق، يؤدي إلى تآكل المعايير الأخلاقية، وافتقار المنتج الإعلامي الإليكتروني للدقة والاعتمادية، مقارنة بما يتصف به في البيئة التقليدية.

(4) خلصت الدراسة أيضًا إلى غياب القوانين التي تنظم حقوق الإعلاميين في البيئة الإليكترونية، وتراجع الاهتمام بصياغة تشريعات ومواثيق تنص على حقوقهم، وهو ما قد يرجع إلى غياب الجمعيات والاتحادات والنقابات التي تهتم بذلك، وحداثة العمل الإعلامي في هذه البيئة، وقلة حالات النزاع أو الصراع بين الأطراف المعنية في العمل الإعلامي حتى الآن، وعدم احتشاد القوى الإعلامية للمطالبة بقوانين وضمانات تحمى حقوق الإعلاميين، وقلة القيود المفروضة على العمل الإعلامي، والاهتمام بضبط وتقنين الجوانب التقنية والفنية لهذه البيئة أكثر من الاهتمام بالتنظير للحقوق المهنية الإعلامية، وقلة عدد العاملين في بعض المواقع الإعلامية ..ومن ناحية أخري بينما يتمتع أو يطالب الإعلاميون العاملون في البيئة الإليكترونية، والذين ينتسبون لمؤسسات إعلامية تقليدية بذات الحقوق التي يتمتع أو يطالب بها نظرائهم في البيئة التقليدية، فإن نظرائهم ممن لا ينتسبون لمثل هذه المؤسسات لا يتمتعون بمثل هذه الحقوق، فضلاً عن محدودية عدد المواقع الإعلامية الإليكترونية التي صاغت للعاملين بها حتى الآن بروتوكولات ومواثيق تنظم سير العمل الإعلامي فيها، وتركيزها على الواجبات أكثر من الحقوق، وهو ما يعني عدم توفر مناخ داعم للحقوق والضمانات التي ينبغي أن يتمتع بها الإعلاميون في البيئة الجديدة حتى الآن. بيد أن مجمل الحقوق التي يتمتع أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة، فضلاً عما تضفيه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، من بينها حقهم في عدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإليكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإليكترونية، وحقهم في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإليكترونية من التصنت والاختراق والهكرة، وحقهم في الحصول على مزايا حمائية لبياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم، وحقهم في الوصول المباشر لمصادرهم ولوسائلهم الإعلامية، بدون عوائق تكنولوجية، وحقهم في إيجاد كيانات مهنية إليكترونية محلية وعابرة للدول، تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم، مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة، وإن

كانت مثل هذه الحقوق تحتاج لصياغتها في شكل مواثيق وبروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميين بها.

(5) **خلصت الدراسة** إلى أن طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية، قد أثرت في طريقة التزام الإعلاميين بواجباتهم، تجاه جمع ونشر الأخبار والآراء والصور، فقد أصبحوا مطالبين أكثر بنقل ونشر وبث الأخبار والمعلومات بسرعة وفورية وآنية، بيد أن ذلك أثر في دقة الأخبار والمعلومات المنشورة في المواقع الإخبارية والإعلامية الإليكترونية، وقلل من إمكانية تطبيق المعايير والأحكام المهنية الأخلاقية التقليدية، مثل الموضوعية والإنصاف والعدالة والشمولية والتوازن. ومن ناحية أخري، بينما يسرت هذه البيئة على الإعلاميين إمكانية الالتزام بالمعايير الأخلاقية، فإنها ألقت على كاهلهم عبء أكبر لتنفيذ ذلك، نظرًا لغزارة المعلومات والأخبار وثراء الوسيلة، وتعدد المصادر، وتباين مصداقيتها، وعدم قدرتهم على تقصى مصداقية المواقع الأخرى التي يرتبطون بها، وتباين المعايير التي يمكن الاستناد إليها للحكم على دقة المادة الإعلامية، واختلاف طرق التثبت من مصادر المعلومات، في بيئة متداخلة المصادر، ويصعب فيها التأكد من الهوية الحقيقية للمصدر، مع قلة الوقت المتوفر لفحص ومراجعة المعلومات، والحاجة الملحة لملء وتحديث مساحة الموقع على مدار اليوم، وتقليد المواقع الإخبارية الإليكترونية لبعضها البعض، ونشرها للأخبار بدون التأكد من مصداقيتها، اعتمادا على توافرها في موقع أخر، ووجود تصور لدى بعض العاملين في البيئة الجديدة، بعدم ضرورة توافر نسبة المائة بالمائة من مصداقية الخبر لنشره. ومن ناحية ثالثة كشف تحليل الممارسات والمواثيق الأخلاقية للمواقع الإعلامية في البيئة الجديدة، عن عدم تأكيدها على صحة المواد المنشورة على صفحاتها، وعن خلو العديد من مواثيق الشرف الإعلامية التقليدية من الإشارة لطبيعة التحول في الواجبات الملقاة على عاتق الإعلاميين في البيئة الجديدة، وكذا لندرة المواثيق الأخلاقية الإعلامية الإليكترونية المنظمة لهذه الواجبات.

(6) خلصت الدراسة إلى افتقاد البيئة الإعلامية الإليكترونية لوجود كيانات إعلامية مهنية محددة المعالم، تجمع بين الوسائل الإعلامية والعاملين المنتمين لهذه البيئة، وتساعد في الدفاع عن المهنة وممارسيها، وعن حقوقهم المهنية والسياسية والفكرية والمادية، وهو ما انعكس أثره على عدم وضوح صورة مهنة الإعلام في البيئة الإليكترونية وواجبات المنتمين إليها، إزاء ما يتعلق بالمهنة وبالعاملين فيها. ومن ناحية أخري، خلصت الدراسة إلى أن الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية تقليدية والتي لها مواقع إليكترونية لا يزالون ينتمون مهنيًا لهذه المؤسسات أكثر من الانتماء للكيانات الإليكترونية، بالرغم من تغير طبيعة الالتزامات المناطة بهم.

(7) خلصت الدراسة أيضًا إلى تراجع أهمية العلاقة بين الصحفيين والمصادر في البيئة الإليكترونية عما هي عليه في البيئة التقليدية، وإلى أن هذه البيئة قد أوجدت مناخًا أسرع لنشر الشائعات والأخبار غير الصحيحة، وهو ما ينعكس أثره على سمعة الوسائل الإعلامية وعلى سمعة المصادر الصحفية أيضًا، وعلى التقليل من أهمية الدور التقليدي للمصدر في العمل الإعلامي، . ومن ناحية ثانية، خلصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقات بين المصدر والإعلامي، في البيئة الإليكترونية تقوم على انتفاع كليهما بالمعلومات والأخبار وتوظيفه لخدمة مصالحهما، مع تقلص وتراجع دور العوامل الشخصية في هذه العلاقة، وإلى توفر وسائل أكثر للصحفيين للاقتباس والحصول على آراء ومعلومات المصادر بدون الرجوع إليهم أو استئذانهم، وخاصة إذا تمت هذه الاتصالات بشكل خفي ومجهل، وهو ما قد يكون له تبعات جسيمة على أخلاقيات العمل الإعلامي. ومن ناحية ثالثة، بينما يصعب في البيئة التقليدية معرفة هوية المصدر في حالة رفض الصحفي الإفصاح عنها، بيد إنه يمكن الكشف عن هذه الهوية في البيئة الإليكترونية من خلال تعقب الاتصالات الإليكترونية التي تمت بين الصحفي والمصدر، وهو أمر يمثل خطورة كبيرة على طبيعة سرية العلاقة القائمة بينهما، وعلى حق الجماهير في المعرفة، وعلى حرية العمل الإعلامي ذاته. ومن ناحية رابعة خلصت الدراسة إلى اتفاق المواثيق الخاصة بالصحافة الإليكترونية والإنترنت مع نهج مواثيق

البيئة التقليدية من حيث التأكيد على أهمية حماية أسرار المصادر، وبالتعهد بالإعلان عن هويتهم، وعدم إخفاء صفاتهم عن المصادر، وبعدم خداع المصادر، وبعدم الكشف عنهم أو بإعلان أية معلومات يمكن أن تؤدي إلى ذلك، وبعدم الكشف عن عناوين البريد الإليكتروني لمصادرهم، أو أية معلومات تتعلق بهم عبر أجهزة الكمبيوتر، وأن يستندون فيما ينشرونه إلى مصادر متعددة، للتأكد من صحة المعلومات التي ينشرونها.

(8) خلصت الدراسة إلى غياب الضوابط الأخلاقية التي تنظم العمل الإعلاني على المواقع الإعلامية الإليكترونية من جهة، وعدم وضوح الصورة أمام العاملين في البيئة الإليكترونية عن سبل وطرق التعامل مع المادة الإعلانية، وصعوبة التمييز بين المحتوي الإعلاني والتحريري، وإلى عدم التزام الكثير من المواقع الإخبارية بالفصل بين التحرير والإعلان، وإلى إقرار محرري الصحف الإليكترونية بتدخل الإعلان في العمل الإعلامي، باعتباره يمثل المصدر الرئيسي لأرباح صحفهم، وإقرارهم بالقيام بكتابة الإعلانات وتحريرها وتصميمها، بالإضافة إلى عملهم كمحررين، وإلى أن بعض المواقع تستغل المعلومات الخاصة بقرائها في أعمال تجارية، سواء ببيعها لطرف ثالث، أو استخدامها كوسيلة لإرسال رسائل إليكترونية أو لبث مواد إعلانية تتفق مع اهتمامات وسمات قرائهم الديموجرافية، أو نشر مواد إعلانية مصاحبة للمواد التحريرية بشكل ديناميكي بمجرد بحث هؤلاء المستخدمين عن موضوعات معينة، وهو ما يعد عملاً غير أخلاقي. ومن ناحية أخري، خلصت الدراسة إلى أن المواقع الإعلامية الإليكترونية تعاني من الضغوط التجارية مثلها مثل الوسائل الإعلامية العاملة في البيئة التقليدية، حيث يشترط المعلنون ضرورة وضع إعلاناتهم بطرق معينة، كما تؤثر علاقة الشراكة التي تربط بين المواقع الإعلامية والتجارية على المحتوى التحريري للمواقع الإخبارية.

(9) خلصت الدراسة إلى أن المواقع الإعلامية الإليكترونية تساعد في تحقيق الكثير من المسئوليات الاجتماعية المناطة بالإعلاميين، بيد أن ثمة عوامل عديدة تقلل من اضطلاعهم بمسئولياتهم تجاه حق الجمهور في المعرفة من بينها الفجوة الرقمية التي

تعيق الكثير من أفراد الجمهور من التواصل معهم، كما خلصت إلى انعكاس سمات التفاعلية والحوارية التي تتسم بها هذه البيئة الإليكترونية على أخلاقيات العمل الإعلامي، وعلى قدرة الإعلاميين على الاضطلاع بمسئولياتهم الاجتماعية، إذ بينما دعمت هذه مشاركة الجماهير في الحوار والنقاش، وسمحت للكثير من الفئات المحرومة والمقهورة من التعبير عن آرائها وأفكارها، لكنها أيضًا دعمت ثقافة الكراهية والنزاع والتطرف والتمييز والتحريض وغيرها من الممارسات الأخلاقية غير السوية، كما أوجدت إشكاليات من نوع جديد أمام الإعلاميين بخصوص طبيعة ونوعية الجماهير الملتزمين إزائهم، وطبيعة القيم والمعايير والآداب التي يجب أن يلتزموا بها؟ وكيفية احتواء العديد من الممارسات غير الأخلاقية والتي تنعكس بآثارها على البيئة الإليكترونية، في وقت لا تزال فيه التشريعات القانونية الخاصة بجرائم التحريض والسب والقذف ونشر الشائعات غير محددة المعالم. ومن ناحية ثانية اتفقت المواثيق الأخلاقية الإليكترونية، على الدعوة لمبدأ منع الضرر، وعلى دعوة الإعلاميين للتحكم في المواد الضارة . ومن ناحية ثالثة، خلصت الدراسة إلى أن من بين سمات أخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية والتي تختلف عن البيئة التقليدية، هي مشاركة الجمهور (المستخدمين) في ضمان الحفاظ على أخلاقيات هذه البيئة، ومن بين الوسائل المتبعة في ذلك ما يعرف باتفاقية استخدام الموقع، التي يجب أن يوقعها المستخدم عليها قبل تصفحه له، فيما يعرف بشروط الاستخدام

(10) خلصت الدراسة إلى أن حق الرد والتصحيح في البيئة الإليكترونية أصبح يتخذ أشكالاً جديدة بفعل التطور التكنولوجي، بعضها ايجابي وبعضها سلبي، ومن بين الايجابيات زيادة فرص نشر الردود بحكم لا محدودية المساحة المتوافرة على الإنترنت، وإمكانية نشر الردود بشكل فوري، وبطريقة أيسر عما هو سائد في البيئة التقليدية، وإمكانية التواصل التزامني واللاتزامني بين الوسيلة والطرف المعني بحق الرد والتصحيح، وإمكانية تحري بواطن الخلاف، واستطلاع وجهات نظر متباينة في موضوع الرد والتصحيح، وإمكانية تحول الرد والتصحيح إلى تفاعل جماعي بين عدد

كبير من المشاركين، وليس حواراً ثنائيا بين صاحب الحق والموقع الإعلامي، وكذلك إمكانية تضمين حق الرد والتصحيح للعديد من الوثائق والروابط والمصادر التي تدعمه، وتقوي حجته، فضلاً عن توافر آلية التصحيح الذاتي، والتي تجعل من الصعب ممارسة عملية الخداع والتلاعب بهذا الحق ، مع إمكانية حفظ الردود والتصحيحات في الأرشيف الخاص بالموقع. أما السلبيات، فإن طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية وما تتميز به من حداثة وسرعة وقلة المرجعية المهنية، وقلة المراجعة التحريرية للمادة، والتركيز على الجوانب الفنية أكثر من الجوانب التحريرية، وعدم وجود قنوات فلتره للمضمون قبل نشره، وقلة عدد العاملين فيها، كل ذلك وغيره، يؤدي إلى حدوث الكثير من الأخطاء التي تحتاج لتصحيح، كما أن التفاعلية التي توفرها هذه البيئة قد تزيد من حدة الخلاف والجدل، وهو ما يزيد من كم الأعباء الملقاة على عاتق العاملين في هذه البيئة سواء لتصحيح جوانب خاصة بالمضمون أو بالشكل. ومن ناحية ثانية، خلصت الدراسة إلى أن مفهوم حق الرد والتصحيح لم يحظ باهتمام كبير في أدبيات البيئة الإليكترونية الجديدة، على الرغم من إنه يعد أحد الأشكال الأساسية في مجال أخلاقيات الإعلام التي استفادت من التطور التكنولوجي في البيئة الإليكترونية، حتى أن ممارساته سبقت التنظير له، حيث بدأت بالفعل بعض المواقع الإعلامية الشهيرة على الإنترنت، بوضع لافتة خاصة بالتصحيحات ضمن قائمة محتويات مواقعها، وخصصت مكاناً ثابتاً لها على صفحاتها، وإن يظل هذا التقليد غير شائع في العديد من الإصدارات الإليكترونية الإعلامية. ومن ناحية ثالثة، لم تعالج المواثيق الأخلاقية حق الرد بما يستحقه من اهتمام، حيث لم يرد سوي في مواثيق محدودة منها إعلان معهد بوينتر و ميثاق اتحاد ناشري الصحف الأمريكية.

(11) خلصت الدراسة أيضًا إلى ظهور بعض المشكلات والقضايا الأخلاقية الجديدة في البيئة الإعلامية الجديدة، ومنها: الوصلات والروابط التشعبية والتي لها تأثيرات عديدة على العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية بعضها إيجابي وبعضها سلبي، فكما يمكنها ربط المستخدم بمواقع مفيدة وثرية بالمعلومات، يمكنها أن تربطه

بمواقع مثيرة للجدل والخلاف، أو لا ترقي للمستوي الأخلاقي والمهني المتوقع من العمل الإعلامي، وإلى إنه كلما زاد عدد المواد المنشورة، وزاد عدد المواقع التي يتم الربط بها، كلما تضخم العمل وصعب التحكم فيه. ومن ناحية ثانية، خلصت الدراسة إلى إنه لا توجد مشكلة قانونية أو أخلاقية في تضمين روابط لمواقع أخري، بيد أن هذا الأمر يحتاج إلى بيان طبيعة هذه الروابط، ومدي احترامها أو تجاهلها لحقوق الآخرين، ومدي وفائها أو التزامها بالمعايير الأخلاقية والقانونية، فضلاً عن الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بحدود المسئولية الأخلاقية للإعلامي فيما يتعلق بالروابط والوصلات التشعبية، وهل تتوقف عند حدود موقعه؟ وعند اختياره للروابط أم تتعدي ذلك لمستوي آخر من المتابعة والتقييم المستمر لمواقع الآخرين. ومن ناحية ثالثة، كشفت الدراسة عن اهتمام بعض المؤسسات التعليمية والأكاديمية بوضع ضوابط للتعامل مع الروابط والوصلات من بينها ما أشار إليه معهد بوينتر.

ومن القضايا الجديدة الأخرى ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإليكترونية، قضية التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين، والتي تظهر في أشكال جديدة، ومتنوعة في هذه البيئة منها نسخ المواد المنشورة إليكترونياً (سواء كانت نصًا مكتوبًا أو صورة أو فيلم أو فيديو أو برامج أو موسيقي أو رسم أو جرافيكس أو قالب تصميم أو غير ذلك) واستغلالها بشكل أو بآخر، دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي والمادي لهذه المواد، كما خلصت لتزايد حالات التعدي على هذه الحقوق في البيئة الإليكترونية بفعل المعالجة الرقمية للمعلومات، وسهولة تبادلها، وإعادة إنتاجها وتخزينها في أشكال متعددة، بسرعة، وكذا لسهولة توظيف المعلومات الرقمية وتعديلها بدرجة مغايرة لأشكالها التقليدية، ولاعتقاد بعض مستخدمي الإنترنت بعدم وجود قانون يحمي حقوق المؤلف على الإنترنت، ولصعوبة تحديد كم ونوع المعتدين على هذه الحقوق.

كما خلصت الدراسة أيضًا إلى إنه من بين القضايا الأخلاقية الجديدة في البيئة الإليكترونية، هي قضية الأشكال الجديدة للتعدي على الخصوصية الإليكترونية

للآخرين، حيث توفر هذه البيئة ميزة كبيرة أمام المواقع الإخبارية والإعلامية لمعرفة تفضيلات واهتمامات مستخدميها ورصد تحركاتهم على الموقع، وهو ما قد يساعدهم في تلبية احتياجات هؤلاء المستخدمين. وبالرغم من تطرق مواثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإليكترونية، بيد أنها لم توضح بدقة أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات، وكيفية توظيفها واستخدامها، وحدود هذا الاستخدام؟ كما لم تحاول معالجة مشكلات مهمة تتعلق بحماية حق الإنسان في الخصوصية مثل سرقة الملفات عبر أجهزة الكمبيوتر والحصول على بيانات الشخص ووثائقه المسجلة لدى السلطات العامة عن طريق أجهزة الكمبيوتر، واكتفت معظم هذه المواثيق بالنص على ضرورة التزام محرري الصحف الإلكترونية باحترام حرمة حياة الإنسان الخاصة، وهو نفس النهج التي سارت عليه المواثيق الأخلاقية للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى، كما يلاحظ قلة عدد مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية التي تناولت تأثير ثورة المعلومات على الحياة الخاصة للمواطنين وواجبات الإعلاميين في هذا الصدد. وبصفة عامة لم تتناول مواثيق الشرف الإعلامية التقليدية والإليكترونية العديد من القضايا والظواهر الأخلاقية الجديدة بشكل محدد ودقيق، كما لم تتعرض على الإطلاق لقضايا أخري مثل المدونات الشخصية والوصفات وغيرها.

(12) تخلص الدراسة إلى صحة الفرض القائل بأن البيئة الإعلامية الإليكترونية أفرزت ظواهر أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي لم تشهدها البيئة الإعلامية التقليدية من قبل، من بينها قضية الروابط التشعبية، والمدونات الشخصية الإليكترونية والميتا تاجز، وقواعد البيانات الإليكترونية والتصوير الرقمي، والتعدي الرقمي على حقوق الآخرين الفكرية وغيرها.

كما تخلص الدراسة إلى صحة الفرض القائل بأن البيئة الإعلامية الإليكترونية الجديدة تخلو من قواعد ضابطة ومنظمة لأخلاقيات العمل الإعلامي الإليكتروني،

حيث تخلو تقريبًا معظم مواثيق الشرف والبروتوكولات المنظمة للعمل الإعلامي في البيئة التقليدية من أية أشارات ذات قيمة لأخلاقيات العمل الإعلامي الإليكتروني، وقلة أو ندرة المؤسسات الإعلامية التي صاغت لنفسها مواثيق خاصة بعملها الإعلامي الإليكتروني، وغلبة الطابع التقني والفني على المواثيق والبروتوكولات التي تنظم البيئة الإليكترونية بصفة عامة، وندرة اهتمامها بالنص على ضوابط خاصة بالعمل الإعلامي، واكتفاء معظم المواقع الإعلامية الإليكترونية بنشر ما يعرف بسياسة استخدام المواقع وببيان الخصوصية كبديل عن الإعلان عن مبادئها الأخلاقية المنظمة لعملها الإعلامي، ولعدم وجود كيانات مهنية إعلامية محددة المعالم تصيغ وتضع الضوابط الأخلاقية لهذا الكيان، وقلة الجهود البحثية والأكاديمية التي اجتهدت في صياغة مواثيق شرف ومبادئ عمل تنظم أخلاقيات العمل الإعلامي في هذه البيئة.

وفيما يتعلق بالفرض القائل بعدم اتفاق منظومة أخلاقيات العمل الإعلامي السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية مع طبيعة البيئة الإعلامية الإليكترونية، فلم يثبت صحته إلى حد ما، وذلك لعدة أسباب من بينها: أن المبادئ العامة للقيم والأخلاقيات الإعلامية تكاد تتشابه في كل منهما - وإن كانت البيئة الإعلامية الإليكترونية قد أضافت قيم وأخلاقيات جديدة لهذه المنظومة- ولكون القيم المهنية والأخلاقية واحدة في كل الوسائل بغض النظر عن تغير طبيعة البيئة التي تعمل بها، ولتشابه الحقوق التي يطالب بها الإعلاميين في كل من البيئة التقليدية والإليكترونية - وإن أضافت الأخيرة حقوقًا جديدة وخاصة بها- ولكون الواجبات التقليدية المناطة بالإعلاميين في البيئة التقليدية تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإليكترونية، والاختلاف بينهما يتمثل إما في كيفية ممارسة هذه الواجبات وأما في تكليفهم بواجبات أخري مشتقة من طبيعة العمل في البيئة الإليكترونية. ويبقي التساؤل هل تكفي المنظومة الأخلاقية التقليدية كضابط ومنظم للعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، والإجابة ذات شقين، الأول إنه يمكن الاستفادة بها كإطار مرجعي عام، ولكن يجب إضافة الحقوق والواجبات الأخلاقية الجديدة التي أفرزتها البيئة الإليكترونية إليها،

وكذا الإجابة على التساؤلات الجديدة التي تطرحها الممارسات الإعلامية ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإليكترونية، وضرورة تضمينها للظواهر والقضايا الأخلاقية الجديدة. والشق الثاني: هو صياغة مواثيق شرف وبروتوكولات عمل أخلاقية خاصة بالبيئة الإعلامية الإليكترونية تستمد مكوناتها من البيئة التقنية والفنية والاتصالية الخاصة بهذه البيئة ومن الممارسات الإعلامية الفعلية ذات الطابع الأخلاقي في هذه البيئة، ومن الأفكار والمحددات العامة لمنظومة أخلاقيات العمل الإعلامي في الوسائل الإعلامية التقليدية، وفيما يلي سنطرح بعض المقترحات المبدئية في هذا الصدد.

ثامنًا: نحو تصور لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإليكترونية

أولا: ينبغي أن يستلهم أي تصور لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية (سواء في ديباجته أو روحه) الأسس والمبادئ التالية:

- طبيعة المقومات الفنية والتكنولوجية والإعلامية للبيئة الإليكترونية، والإمكانيات اللامحدودة للتعبير وحرية التفكير والإبداع والتطور التي تطرحها هذه البيئة، وأن يسعى لبناء علاقة متوازنة بين الحرية والمسئولية، وأن يستوعب عالمية الوسيلة، وتجاوزها للحدود الجغرافية والسياسية للدول، وإمكانياتها الفائقة، واحتوائها على العديد من الوسائل الإعلامية معًا، و سماتها المميزة عن البيئة التقليدية، سواء من حيث التفاعلية والفورية والآنية و غيرها.
- أن أخلاقيات العمل الإليكتروني تمثل بديلاً مبدئياً للتشريعات والقوانين التي يجب أن تحكم العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية، ومن ثم يجب أن تستوعب هذه المنظومة الأخلاقية، الممارسات السائدة بالفعل في مختلف الوسائل الإعلامية العاملة بالبيئة الإليكترونية، وأن تحدد المسئوليات الأخلاقية الملقاة على الأطراف المشاركة في تشكيل مصفوفة أخلاقيات الإعلام في هذه البيئة، وأن تسعي للتوصل لمفاهيم أخلاقية عامة ومحددة المعالم وقابلة للتطبيق.

- أن يستوعب هذا التصور روح التغيرات الجديدة في العمل الإعلامي، والإضافات التي أفرزتها الممارسات الإعلامية في البيئة الإليكترونية، مع إدراك عدم صلاحية تطبيق ذات المفاهيم الإعلامية التقليدية بحذافيرها على بيئة متجددة ومتطورة ومتغيرة، وفى حالة انطباقها، فإنها تتخذ إشكالاً جديدة، يجب رصد تفاصيلها، مع فهم كامل لأبعادها الاتصالية والفنية والإعلامية.
- أن يستوعب هذا التصور أن ثمة جهات عديدة تشارك في صياغة المنظومة الأخلاقية في البيئة الإليكترونية من بينها جمعيات واتحادات ومؤسسات اتصال بل دول وغيرهم، وهم جميعًا معنيون بتيسير عمل الوسائل الإعلامية في البيئة الإليكترونية، ومن ثم يجب استيعاب السياق العام لهذه الأخلاقيات قبل النص عليها والدعوة إليها.
- الاستفادة من اجتهادات الكيانات الافتراضية والطبيعية المعنية بأخلاقيات العمل الإعلامي في صياغة هذا التصور، مع التفكير في إمكانية إيجاد آليات تطبيق ومحاسبة لمدي التزام الإعلاميين العاملين في هذه البيئة بتلك الأخلاقيات، وكذلك الحرص على توفير ثقافة أخلاقية إليكترونية إعلامية للعاملين في هذه البيئة، باستخدام وسائل وطرق متنوعة، قد يكون من بينها صياغة أدلة عمل، ومواثيق وضوابط أخلاقية، على أن تعكس الطبيعة المميزة للعمل الإعلامي في هذه البيئة الجديدة ، وأن تستهدف دعوة الإعلاميين للالتزام بأرفع المعايير المهنية في العمل الإعلامي، وحفزهم على تكوين صورة إيجابية عن المهنة لدي كل الأوساط المعنية بها.
- أن يعي هذا التصور أن ثمة مؤثرات عديدة تشكل أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية من بينها الإعلاميين أنفسهم ورعاة المواقع وموردي خدمات الاتصال والمعلنين ومؤسسات واتحادات دولية، وشركات متعددة الجنسيات، ومصالح دول وغيرها، ولكل منهم تأثيراته الأخلاقية على العمل الإعلامي
- أن يعي هذا التصور أن المواثيق الأخلاقية للبيئة الإعلامية الإليكترونية لها جوانب فنية وأخري إعلامية، وجوانب فلسفية نظرية، وأخرى تطبيقية وعملية، ومن ثم

يجب أن يتشارك في صياغة هذه المواثيق عدة أطراف إعلامية وفنية، لاستيعاب الصور الجديدة لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإليكترونية.

ثانيًا: حدود ومكونات ووسائل المواثيق الأخلاقية للمواقع الإعلامية الإليكترونية: ينبغي أن تحرص المواثيق الأخلاقية الخاصة بالمواقع الإعلامية الإليكترونية على ما يلي:

- ألا تكتفي المواقع الإعلامية الإليكترونية بنشر ما يعرف بسياسات الاستخدام، وببيان الخصوصية للكشف عن طبيعة الضوابط الأخلاقية التي يلتزمون بها، وأن تنص صراحة على سياستها التحريرية، وأن تكشف عن طبيعة الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية التي تمثلها، وعن طبيعة الجهات التي تمولها، وعن الاتفاقات التي تجمع بينها وبين جهات أخري، وأن تنشر أيضًا ما يعرف بالأسئلة المتكررة FAQ على صفحاتها لتعريف مستخدميها بكيفية التواصل معهم، وأن تحرص على إيجاد حلقة اتصال مع جمهورها من خلال البريد الإليكتروني والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وغيرها، مع التفكير في تكليف محرر، برصد وتقييم ومتابعة مدى الالتزام المهني والأخلاقي للموقع، وتعزيز سبل التواصل الإليكتروني مع الأطراف المعنية.
- أن تشتمل المواثيق الأخلاقية للمواقع الإعلامية الإليكترونية على الضوابط الأخلاقية التي تنظم الأشكال الإعلامية والتفاعلية المختلفة التي تستخدمها، سواء كمواد إخبارية أو مواد رأي أو رسوم وصور أو جماعات نقاش أو قوائم بريدية أو غيرها، وأن تعالج الحالات والمواقف الأخلاقية التي يتعرض لها الإعلامي في كل مراحل عمله، سواء في جمع المادة والتواصل مع الجمهور والمصادر والزملاء، وكيفية نشرها وتحميلها وتصميمها وإنتاجها وبثها وتخزينها واسترجاعها، وأن تنص على طبيعة الواجبات المناطة بهؤلاء الإعلاميين سواء في جمع المادة ونشرها، والتزاماتهم إزاء المهنة والزملاء والمؤسسة التي يعملون والجمهور وعلاقاتهم بالمصادر وبالمعلنين وبحق الرد والتصحيح.

- ضرورة أن تتطرق هذه الضوابط والمواثيق الأخلاقية للقضايا الجديدة التي يواجهها الإعلاميون في البيئة الجديدة، وخاصة فيما يتعلق بالروابط التشعبية وحقوق الملكية الفكرية، وعمليات الانتحال والاعتداء الإليكتروني على حقوق الآخرين، والمعالجات الرقمية للمادة الإعلامية وللصور والرسوم، وحقوق الخصوصية في أشكالها الجديدة، والميتا تاجز والمدونات الشخصية وغيرها.
- أن تنص هذه المواثيق الأخلاقية على حقوق الإعلاميين، كما تنص على واجباتهم، وأن تُلزم الإعلاميين بواجبات يمكن تطبيقها، وليست خيالية أو افتراضية أو مثالية، وأن تتخلي عن أساليب النهي والأمر في توجيه الإعلاميين وتعريفهم بالتزاماتهم، وأن تسعي لتحقيق أقصي درجات الالتزام بالصحة والدقة والعدالة والموضوعية .
- أن تتصف هذه المواثيق بالمرونة التي تمكنها من استيعاب التطورات والظواهر الجديدة في العمل الإعلامي الإليكتروني، على أن يتم تجديدها بصفة مستمرة، حتى تواكب الممارسات الإعلامية الفعلية المتبعة في البيئة الإليكترونية.

ثالثا: فيما يتعلق بحقوق وواجبات الإعلاميين التي يجب النص عليها في المواثيق الأخلاقية الخاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإليكترونية:

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية على الحقوق الجديدة للإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة، ومن بينها حقهم في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم، أو محاولة كسرها، وعدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإليكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإليكترونية، وحقهم في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإليكترونية من التصنت والاختراق والهكرة، وحقهم في الحصول على مزايا حمائية لبياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم، وحقهم في الوصول المباشر لمصادرهم ولوسائلهم الإعلامية، بدون عوائق تكنولوجية، وحقهم في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع

جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية الإليكترونية وغير الإليكترونية، وحقهم في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إليكترونية، وحقهم في الانتفاع والوصول لمصادر المعلومات التي تفرض قيوداً على استخدامها، مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة، وحقهم في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفعالية، وحقهم في الحصول على ما يعرف ببدل تكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية، وحقهم في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، وحقهم في إيجاد كيانات مهنية إليكترونية محلية وعابرة للدول، تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم، مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء نشر وجمع الأخبار والآراء والصور بشكل إليكتروني على ضرورة حث الإعلاميين على البحث عن الحقائق، والكفاح من أجل الحصول على المعلومات الصحيحة، ونشرها، والسعي لتحقيق العدالة في تغطيتهم للأحداث، وتحليلها وتفسيرها، وعدم توفير رابط لمواقع تقدم معلومات غير متعلقة بالقصة بشكل مباشر، وعدم استخدام الأساليب التي تؤدي إلى خداع الجماهير وتضليلها، وأن تكون العناوين معبرة عن القصة، مع عرض وجهات النظر المختلفة، وأن يتم الإعلان بصورة صريحة عن طبيعة السياسة التحريرية للمواقع الإعلامية، ومدى ارتباطها بأية اتجاهات سياسية أو ثقافية أو فكرية .كما يجب أن تنص هذه المبادئ والمواثيق على ضرورة الالتزام الأمين بعمليات التناقل الرقمي للمعلومات من مصادرها وحتى متلقيها، وعلى حرية تنقل المعلومات الرقمية وتدفقها دون عوائق، وعلى الحق في المشاركة في هذا التدفق بشكل متوازن، وألا يتم التعدي على حقوق الآخرين، وإلا تستخدم هذه الوسائط في تزييف الحقائق أو تصوير الوقائع والشخوص في حالات وأوضاع غير حقيقية، وعلى عدم استغلال إمكانيات التجهيل والتخفي لإلحاق الضرر بالآخرين، وأن يحرص العاملون في هذه البيئة

الجديدة على نَّسبة معلوماتهم لمصادرها الأصلية، وعلى تأسيس كيان إعلامي مهني رقمي جديد ومتميز وملتزم، وإبراز مواقعهم الإعلامية بتصميم متميز ولائق، وبأسلوب تصفح سهل وبسيط، والتأكد من نوعية الروابط المستخدمة ومدي موضوعيتها ومصداقيتها.

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين على ضرورة تحري الدقة في الحصول على الصور، واختيارها ومعالجاتها ونشرها، والتنويه لأية تعديلات جوهرية يتم إجراؤها على مكوناتها، باستخدام أيقونة أو علامة مميزة، تشير لذلك، وتقصي مصادر الصور ونسبتها إليهم، وعدم نشر صور غير لائقة أو مثيرة، وتحري المصلحة العامة في نشر صور معينة قد تحمل معاني العنف والقسوة والتطرف، وعدم نشر صور لموضوعات وشخوص بدون موافقة أصحابها، وعدم تطويع الإمكانيات التكنولوجية للحصول على الصور ومعالجاتها أو نشرها بطريقة غير شرعية أو غير لائقة، وعدم استخدام الصور لخداع الجماهير، أو إلحاق الضرر بالأشخاص أو لإعطاء انطباع زائف.
- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء المهنة على ضرورة تحري المصداقية، وعدم ارتكاب أية أعمال من شأنها التقليل من سمعة المهنة، ومن سمعة الموقع الإعلامي، ومن سمعة الإعلاميين العاملين في البيئة الإليكترونية، وعلى ضرورة التضامن مع حقوق الزملاء العاملين في المواقع الإعلامية الأخرى، والدفاع عن حقهم في التعبير والتواصل الإليكتروني، وفي حماية مواد مواقعهم وحقوقهم، وعلى تطهير الساحة الإليكترونية من المنتفعين بالعمل الإعلامي، وعلى رفض استخدام الإمكانيات التكنولوجية للبيئة الإليكترونية في مضايفة الغير، واستفزازهم وتشويه صورتهم والتحقير منهم، وعلى احترام حق الجميع في التعبير، وعلى التزام الآداب العامة في الحوار مع الآخرين.
- النص على احترام حقوق الجمهور عامة وحقوقه النابعة من سياق البيئة الإليكترونية

ومن بينها عدم خداع الجماهير باستخدام آلات البحث الموجودة في الصحف الإليكترونية لتوفير عمليات نقل تفضيلية لمواقع الشركات، أو للإعلانات، أو لعروض الشراء، والنص على كيفية التعامل مع قواعد البيانات الخاصة بالمستخدمين، وما إذا كان سيتم بيعها لطرف ثالث، أو السماح له بالإطلاع عليها أو استخدامها، وما إذا كانت هذه المواقع ستنبه المستخدمين لمثل هذه الحالات، مع توضيح كيف التعامل مع المعلومات المؤرشفة، وأن يوضح الموقع السياسات المتبعة في حجرات الدردشة والنشرات الخاصة بالتجمعات والجماعات الإليكترونية والقوائم البريدية التي تتبعه.

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين على التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية، وعلى عنونة المنتج المستخدم بوضوح، وعلى ضرورة الحرص على استقلالية المواقع الإعلامية من ضغوط المعلنين، والفصل بشكل كامل بين المادة التحريرية والإعلانية، وعلى عدم قيام الصحفيين بالعمل في مجال الإعلانات سواء في الحصول عليها من المعلنين أو تحريرها أو تصميمها، أو إنتاجها، وعدم توفير روابط داخل المادة التحريرية للإعلانات أو لمواقع الشركات، أو لعروض تجارية، و في حالة نشر أقسام إعلانية خاصة، فلابد من إنتاجها وتصميمها بطريقة تسمح للمتلقي بتمييزها، مع الحرص على سيطرة الصحفيين على الروابط المدرجة ضمن المضمون التحريري، وعدم بيعها، أو استغلالها في عمليات تجارية .

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء حق الرد والتصحيح في البيئة الإعلامية الإليكترونية على حق كل إنسان في الرد على ما يمسه شخصياً، على أن يلتزم بعدم السب والقذف، وعدم انتهاك خصوصية الآخرين، وعدم استخدام ألفاظ غير لائقة. أما بالنسبة للتصحيح، فلابد أن يلتزم ناشرو الصحف الإليكترونية ومحرروها بإجراء التصحيحات فيما

ينشرونه، وأن يقوموا بإجرائها بمجرد ظهور أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة، حتى لو اتضحت بعد مرور فترة من الزمن، وأن يتم نشر الرد والتصحيح بسرعة، مع إطلاع القارئ على مواطن التصحيح، ونشر الموضوع الأصلي مع التصحيح ذاته، وأن يتدخل المحرر لمنع أو حذف ما يمكن أن يتضمن مواداً أو معلومات ضارة أو مسيئة أو تتناقض مع الشخصية التحريرية للموقع ولكن دون تعسف، أو تقييد لحق المستخدمين في الرد، مع وضع رابط للإطلاع على الردود بشكل كامل ودون تحديدها بمساحة معينة.

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء استخدام الروابط التشعبية في المواقع الإعلامية الإليكترونية على ضرورة أن تقوم هذه المواقع بإجراء عمليات مراجعة تحريرية للروابط المستخدمة فيها، والإفصاح عن طبيعة شراكة الموقع مع الآخرين، وأن يتم استخدام رموز نصية ومرئية لتوضيح طبيعة هذه الشراكة، والحرص على عدم تحكم الرعاة في الروابط الملحقة بما تنشره من مضامين، ومراجعة ما يتم استخدامه من جرافيكس ورسوم متحركة، وصلتها بالمحتوي، مع وضع مؤشرات مرئية توضح المحتويات التي لا يتم إنتاجها من قبل طاقم الموقع، عن طريق تغيير الخط الذي يتم به جمع المادة، أو تمييزها بطريقة ما، ومعرفة محتوي الموقع المرتبط به تجنباً لأي خطأ في توجيه المستخدم، وأن يتم الارتباط بالطريقة التي يرغب فيها الموقع، وتجنب أي انطباع أو إشارة توحي بأن الارتباط بمواقع أخري تعني المصادقة بأية طريقة على منتجاتها وخدماتها، وتجنب الربط بمواقع تمنع صراحة مثل هذا الربط، وألا تكون هناك إحالات عمياء لموضوعات غير متاحة، مع الحرص على الحصول على تصريح قبل استخدام روابط الآخرين، والعمل على تحجيم مسئولية الموقع القانونية باستخدام ما يعرف بالتنصل أو الإنكار Disclaimer لتقليل احتمالية المشكلات القانونية والأخلاقية التي قد تقع من جراء استخدامه لهذا الرابط..

- ينبغي أن يتضمن أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية الأشكال الجديدة للتعدي على الحقوق الفكرية للآخرين في البيئة الرقمية، مع بيان الضوابط الأخلاقية الخاصة بالمراحل المختلفة للتعامل الرقمي مع حقوق الآخرين سواء فيما يتعلق بجوانب النسخ أو إعادة الإنتاج أو التوزيع أو الإتاحة أو التحميل وغيرها مع التأكيد على ضرورة الاستخدام المشروع لهذه الحقوق في كل المراحل.
- ينبغي أن يتضمن أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية فيما يتعلق بواجبات الإعلاميين إزاء احترام خصوصية الآخرين، النص على حق كل إنسان في حماية خصوصيته، وعلى عدم انتهاك حرمة ممتلكاته الخاصة، بدون موافقته، وفي حالة الموافقة فإنه لا يجوز النشر، إلا إذا كان يحقق مصلحة عامة مشروعة، واحترام حرمة الأماكن الخاصة، وعدم التقاط الصور بدون إذن الشخص، وعدم استخدام الكاميرات المخفية لاقتحام حرمة المساكن، مع عدم استخدام أجهزة التصنت والتصوير الدقيقة، إلا إذا كانت هناك مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حق الخصوصية، وعدم التجسس على وثائق الإنسان المسجلة على كمبيوتره أو على بريده الإليكتروني أو نشر المعلومات المسجلة عنه في أجهزة الكمبيوتر لدى السلطات العامة بدون أذنه، وألا يتم ذلك في إطار من التسلية والترفيه، وعدم استخدام أية معلومات تم الحصول عليها عن حياة الإنسان الخاصة للإساءة إلى شرفه وسمعته، أو تدمير علاقاته الأسرية، أو إشاعة الفاحشة في المجتمع، واحترام الكرامة الإنسانية للفرد، وعدم نشر أية صور أو معلومات تشكل له عاراً ، إلا إذا كان هذا النشر يحقق مصلحة عامة مشروعة شديدة الأهمية، ولا يمكن تحقيقها بدون ذلك، كما يجب أن يوضح الموقع طريقة استخدامه للمعلومات التي يقدمها القراء عندما يسجلون فيه، وأن تفترض الصفحات الخاصة بالتسجيل أن المستخدم لا يريد خدمات إعلانية أو خدمات من الرعاة، إلا في حالة قيامه بطلبها بشكل واضح، وفي حالة ارتكاب المستخدم لخطأ ما، فيجب أن تسمح صفحات التسجيل

للمستخدم بأن يقوم بتحرير وتعديل ما كتبه من معلومات عنه من قبل ، كما يجب توضيح ما إذا كان الموقع يتتبع خطوات مستخدميه أم لا؟

- ينبغي أن ينص أي تصور للمواثيق الأخلاقية الإليكترونية على الضوابط الأخلاقية لممارسة المدونات الشخصية الإليكترونية، وأن يؤكد على ضرورة الالتزام بالدقة والحيادية والصدق في الأخبار التي يتضمنها، وعلى عدم التعدي بالسب أو بالقذف على الآخرين، وعلى احترام آراء الآخرين وتقديرها، وعلى نسبة المواد والآراء المنشورة فيها لأصحابها، وعلى عدم التعدي على حقوق المؤسسات الإعلامية التي ينتمون لها في بناء مدوناتهم الشخصية الإليكترونية.

المراجع

Arant, M. D., & Anderson, Janna Quitney, Newspaper Online Editors Support Traditional Standards, Newspaper Research Journal, Fall 2001, Vol.22, Iss.4,p.57-69

Arant, M. D., & Meyer, P. (1997, August). Changing Values in the Newsroom: A Survey of Daily Nnewspaper Staff members. Paper presented at meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago.

Arant, M. D., and Anderson. J.K, Online Media Ethics : A Survey of US Daily Newspapers Editors, A paper presented at the association for education in journalism and mass communication convention, phoenix, August 2000

Boeyink, David E. (1998). Codes and Culture at the Courier-Journal: Complexity in Ethical Decision Making, Journal of Mass Media Ethics, 13(3), 165-182.

Bonnie Bressers, Getting a Fix on Online Corrections Credibility , The American Editor, March, 2001

Dan Shaver, Newsroom Ethics: Peeling the Onion, Submitted for the Media Ethics Division, the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Toronto, Canada, August 2004.

David R. Thompson, "Digital Communications: A Modular Approach to Curriculum," Journalism and Mass Communication Educator 50, no. 3 (Fall 1995): 35-40.

Deni Elliot-Boyle, "A Conceptual Analysis of Ethics Codes," Journal of Mass Media Ethics 1 (1985/86), 22.

Foo Yeuh Peng,et al, "Trends in Online Newspapers: A Look at the U.S. Web," Newspaper Research Journal 20, no. 2 (spring 1999): 52-64.

Friedland, L.A. & Webb, S. (1996). Incorporating Online Publishing into the Curriculum. Journalism Educator, 51(3), 54-65.

Fulton, K. (1996, March/April). A Tour of Our Uncertain future. Columbia Journalism Review. Retrieved March 12, 2005 from the World Wide Web: http://www.cjr.org/html/96-03-04.html.

Herb Strentz, Universal Ethical Standards, Journal of Mass Media Ethics , Volume: 17 Number: 4 pp 263 – 276, 2001, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Lasica, J.D. "Gut Check Time for New Media," Online Journalism Review, 25 January 2001.

Lasica, J.D. "Soul-Searching Time at Online News Units," Online Journalism Review, 25 January 2001.

____________, "Without a Rulebook: Cyberspace Presents Journalists with an Entirely New Set of Ethical Dilemmas," American Journalism Review 20, no. 1 (January/February 1998): 41-45.

Joann Byrd, Online journalism Ethics: A New Frontier, The American Society of Newspaper Editors, Last Updated: March 23, 1997

Keith, S. Ethics for Editors: What 11 Editing Textbooks Teach AEJMC Conference Papers Association for Education in Journalism and Mass Communication 2000, Phoenix, Arizona

Kelly, M. (Oct 2000). Ethical challenges in Online News: Truth in Online journalism. (critical essay). World and I, 15 (10),64.

Kevin C. Lee and Carl A. Fleming, "Problems of Introducing Courses in Computer-Assisted Reporting," Journalism and Mass Communication Educator 50, no. 3 (fall 1995): 23-34;

Lewis A. Friedland and Sheila Webb, "Incorporating Online Publishing into the Curriculum," Journalism and Mass Communication Educator 51, no. 3 (Fall 1996): 54-65;

Mann, F. (1998). New Media Brings a New Set of Problems. Poynter Institute Resource File. Retrieved October 12, 2005 from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/nm/nm_mann98.htm.

Mark Deuze (2000).Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from The Netherlands, http://users.fmg.uva.nl/mdeuze/publ15.htm

Mark Fitzgerald, "Newspapers Go It Alone in Cyberspace," Editor & Publisher (7 February 1997): 7, 42.

Mason, R.O. (1986, March). Four Ethical Issues of the Information Age. Management Information Sciences Quarterly, 10(1). Retrieved October 22, 2005 from the World Wide Web:
http://www.misq.org/archivist/vol/no10/issue1/vol10no1mason.html.

Online Newspaper Association, "Digital Journalism Credibility Study," Online Newspaper Association, 10 February 2001, (5 February 2001).

Osborn Bradley, Ethics and Credibility in Online Journalism, University of Memphis, Memphis, Tennessee, Spring 2001.

Pavlik . J.V , Journalism ethics and new Media ,
http://newmedia.drm.columbiaedu/ 1998/ exploring/cnm-ethics.html .

Pavlik, J.V., Digital Technology and Journalism Ethics, Retrieved May30, 2005 from the World Wide Web: http://www.emmyonline.org/tvq/articles/31-23-6.asp

Peng, Foo Yeuh; Tham, Naphtali Irene; Xiaoming, Hao. (1999, Spring) Trends in online newspapers: A look at the U.S. Web. Newspaper Research Journal, 20, 52-64.

Peter Merel, A Bill of Electronic Rights and Ethics, Version 0.23 (1996), Retrieved from the World Wide Web: http://www.efa.org.au/Publish/ere.html

Peter Zollman, "The Year of Online Profits," snpaEbulletin, 5 April 2001, (6 April 2000).

Pew Research Center for the People & the Press, "Internet Sapping Broadcast News Audience," Research Center for the People& the Press, 30 May 2000, (31 May 2000).

___________________, News Audiences Increasing Politicized, available at http://people-press.org, May2005.

Poynter Institute. (1997, Feb. 23). Journalism Values & Ethics in New Media Conference. Poynter Institute Resource File. Retrieved from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/me/nme/me_conv2.htm.

Quinn, S. (2001). Newsgathering on the Net, 2nd ed., South Yarra, Australia: Macmillan Publishers Australia PTY.

Richards, T.(1999). Swirling Currents, Uncharted Waters: Journalism Ethics in the 21st Century, Australian Journal of Communication 26 (3),127-38.

Roberto Herrscher, A Universal Code of Journalism Ethics, Presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Toronto, Canada, August 2004

Shyam Sundar, Effect of Source Attribution on Perception of Online News Stories, Journalism and Mass Communication Quarterly; Spring 1998; 75, 1; ABI/INFORM Global,pg. 55

Singer, J. B. (1997, Spring). Still Guarding the Gate? The Newspaper Journalist's Role in an On-line World. Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies, 3, 72-89.

Singer, J.B. (1998, Sept.). Online journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles. The Journal of Computer Mediated Communication, 4. Retrieved March 12, 2000 from the World Wide Web: http://209.130.1.169/jcmc/vol4/issue1/singer.html.

Singer, J.B., Tharp, M. P., & Haruta, A. (1999, Summer). Online Staffers: Superstars or Second-Class Citizens? Newspaper Research Journal, 20, 29-48.

Smethers, S. (1998, Winter). Cyberspace in the Curricula: New legal and Ethical Issues. Journalism and Mass Communication Educator, 53, 15-23.

Special report (on line ethics 2000 , http : //www.elon.edu/andersd) Summary.html.

Steele, Bob (1998, Oct. 19). Protocol for Ethical Decision-Making in Computer-Assisted Journalism. Poynter Institute. Retrieved March 12, 2000 from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/car/car_prot.htm

Stuart, Anne (1997, July). The New Right. Web Master Magazine. Retrieved March 12, 2000 from the World Wide Web: http://www.cio.com/archive/webbusiness/060197_reporter_content.html.

Woo, William F. (1999, Feb.). Making Ethics Part of the Newsroom Routine. American Editor. Retrieved from the World Wide Web: http://www.asne.org/kiosk/editor/99.feb/woo1/htm.

Yeshua, D.& Deuze, M. (2000). Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands. Amsterdam: ASCoR.

محمد الأمين، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإليكتروني العربي، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، نوفمبر2005

عباس صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الإنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، نوفمبر2005

سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مؤتمر صحافة الإنترنت، جامعة الشارقة، نوفمبر2005

سليمان صالح، مستقبل الصحافة في ضوء ثورة المعلومات، مكتبة النيل، القاهرة، 2002.

محمد سعد، التشهير على الإنترنت وإشكاليات التنظيم القانوني لحرية التعبير للتشريعات الأمريكية والبريطانية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، إبريل-يونيه 2003.